
BACHELORARBEIT

Frau
Jenifer Richter

**Das Frauenbild in den Medien
am Beispiel von Angela Merkel
und Kate Middleton**

2011

BACHELORARBEIT

Das Frauenbild in den Medien am Beispiel von Angela Merkel und Kate Middleton

Autor:
Frau Jenifer Richter

Studiengang:
Angewandte Medienwirtschaft

Seminargruppe:
AM08wJ1-B

Erstprüfer:
Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer

Zweitprüfer:
Dr. Silke Waber

Einreichung:
Mittweida, 16.09.2011

BACHELOR THESIS

The image of women in the media using the example of Angela Merkel and Kate Middleton

author:
Ms. Jenifer Richter

course of studies:
Applied Media Economics

seminar group:
AM08wJ1-B

first examiner:
Prof. Dr. phil. Ludwig Hilmer

second examiner:
Dr. Silke Waber

submission:
Mittweida, 16.09.2011

Bibliografische Angaben:

Richter, Jenifer

Das Frauenbild in den Medien am Beispiel von Angela Merkel und Kate Middleton

The image of women in the media using the example of Angela Merkel and Kate Middleton

2011 - 92 Seiten

Mittweida, Hochschule Mittweida (FH), University of Applied Sciences,

Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2011

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	VII
Tabellenverzeichnis.....	IX
1 Einleitung.....	1
2 Fragestellung, Methode und Aufbau der Arbeit.....	5
3 Kurzcharakteristik der analysierten Medien.....	6
3.1 Bild.....	6
3.2 Bunte.....	7
3.3 Spiegel.....	8
4 Kurzbiographie.....	10
4.1 Angela Merkel.....	10
4.2 Kate Middleton.....	11
5 Themenfrequenzanalyse.....	13
5.1 Methodik und Vorgehensweise.....	13
5.2 bild.de.....	14
5.3 bunte.de.....	19
5.4 spiegel.de.....	23
5.5 Zusammenfassung.....	27
6 Inhaltsanalyse.....	30
6.1 Methodik zur Inhaltsanalyse.....	30
6.2 Kate Middleton.....	35
6.2.1 Titelbilder.....	35
6.2.2 Darstellungsformen und Themen.....	41
6.2.3 Stellenwert in der Berichterstattung.....	47
6.2.4 Zusammenfassung.....	50
6.3 Angela Merkel.....	52
6.3.1 Titelbilder.....	52
6.3.2 Darstellungsformen und Themen	58
6.3.3 Stellenwert in der Berichterstattung	62

6.3.4 Zusammenfassung.....	66
7 Fazit.....	68
Literaturverzeichnis.....	X
Anlagen.....	XIV
Eigenständigkeitserklärung.....	XXIII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf bild.de.....	15
Abbildung 2: Verlauf der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf bild.de.....	17
Abbildung 3: Umfang der Beiträge über A. Merkel und K. Middleton auf bild.de.....	18
Abbildung 4: Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf bunte.de.....	20
Abbildung 5: Verlauf der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf bunte.de.....	21
Abbildung 6: Umfang der Beiträge über A. Merkel und K. Middleton auf bunte.de.....	23
Abbildung 7: Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf spiegel.de.....	24
Abbildung 8: Verlauf der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf spiegel.de.....	25
Abbildung 9: Umfang der Beiträge über A. Merkel und K. Middleton auf spiegel.de.....	26
Abbildung 10: Häufigkeitsverteilung von Titelbildern in Beiträgen.....	36
Abbildung 11: Darstellung von K. Middleton auf Titelbildern.....	38
Abbildung 12: Stimmungen K. Middleton auf Titelbildern.....	40
Abbildung 13: Rubrikeinordnung und Darstellungsformen der Beiträge über K. Middleton.....	42
Abbildung 14: Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von Themen.....	45
Abbildung 15: Stellenwert K. Middleton in Beiträgen.....	47

Abbildung 16: Bewertungen K. Middleton in Beiträgen.....	49
Abbildung 17: Häufigkeitsverteilung von Titelbildern in Beiträgen.....	52
Abbildung 18: Darstellung von A. Merkel auf Titelbildern.....	55
Abbildung 19: Stimmungen A. Merkel auf Titelbildern.....	57
Abbildung 20: Rubrikeinordnung und Darstellungsformen der Beiträge über A. Merkel.....	58
Abbildung 21: Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von Themen.....	61
Abbildung 22: Stellenwert A. Merkel in Beiträgen.....	63
Abbildung 23: Bewertung A. Merkel in Beiträgen.....	65

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Mustertabelle 1.....	14
Tabelle 2: Auflistung Themen.....	33
Tabelle 3: Mustertabelle 2.....	34

1 Einleitung

Die Hände auf dem Tisch gefaltet. Das Gesicht vor Aufregung angespannt. Die Zeit scheint am 22. November 2005 stillzustehen und gleichzeitig durch die Finger zu rin-
nen. Das Warten kostet Kraft. Doch auch diese letzte Hürde wird sie mir Bravour meis-
tern und einen großen Schritt für sich und einen Meilenstein für alle Frauen auf dieser
Welt setzen. Und dann geschieht es. Prof. Dr. Norbert Lammert, Präsident des Deut-
schen Bundestages, ruft vor diesem den zweiten Tagesordnungspunkt auf. Es ist die
Vereidigung der neuen deutschen Bundeskanzlerin Angela Merkel. „Frau Bundeskanz-
lerin, ich bitte Sie zur Eidesleistung zu mir zu kommen“¹, spricht Lammert in einem ru-
higen Ton. Dieser letzte Gang, vom Sitzplatz zum Sprechpult, der ihrem bisherigen Le-
ben noch einmal eine 180-Grad-Wende verleiht, muss der damals 51-Jährigen sehr
lang vorgekommen sein. Mit erhobener rechten Hand und einer festen Stimme legt An-
gela Merkel den Eid ab: "Ich schwöre, dass ich meine Kraft dem Wohle des deutschen
Volkes widmen, seinen Nutzen mehren, Schaden von ihm wenden, das Grundgesetz
und die Gesetze des Bundes wahren und verteidigen, meine Pflichten gewissenhaft er-
füllen und Gerechtigkeit gegen jedermann üben werde. So wahr mir Gott helfe."² Mit
dieser Vereidigung schaffte es Angela Merkel nicht nur, die erste weibliche Bundes-
kanzlerin der Bundesrepublik Deutschland zu werden, sondern auch ein Umdenken im
Bezug auf das Frauenbild im 21. Jahrhundert anzustoßen.

Fast auf den Tag genau fünf Jahre später am 17. November 2010 wird erkennbar,
dass das moderne Frauenbild des 21. Jahrhunderts noch lange nicht überall Einzug
gehalten hat. Die bürgerliche Kate Middleton aus Großbritannien verlobt sich an die-
sem Tag offiziell mit Prinz William. In einem Raum des Königshauses wartet die Pres-
se gespannt auf das Eintreten des künftigen Hochzeitpaares. Kurze Zeit später betritt
zuerst Prinz William den Raum, gefolgt von seiner Verlobten Kate Middleton, die laut
Protokoll immer einen Schritt hinter dem Prinzen gehen muss. Mit dem Eintritt in die
Königsfamilie Großbritanniens verändert sich viel im Leben der jungen Frau. Protokolle
werden von nun an ihr Leben bestimmen. Auf die Frage eines Reporters hin, ob sie
sich auf ihr künftiges Leben freue, antwortet sie kurz: "Die Aussicht ist ziemlich Re-
spekteinflößend, aber ich schaffe das hoffentlich in meinem eigenen Tempo. William ist
ein toller Lehrer, er wird mir also helfen können. Ich freue mich sehr darauf meine Zeit

1 Vgl. http://www.youtube.com/watch?v=LQh_wE7xucg

2 <http://dejure.org/gesetze/GG/56.html>

mit William zu verbringen."³ Allein ihr kurzes Statement zu ihrer Zukunft lässt erahnen, dass Kate Middleton ein Frauenbild einnehmen wird, welches besonders noch bei den Royals sehr verbreitet ist, nämlich das Frauenbild früherer Zeiten. Lächeln, winken und für die zukünftigen Thronerben sorgen, dies stellen nun ihre Hauptaufgaben als Frau des Prinzen dar.

Die Rolle der Frau. Ein Thema, welches nicht nur heute, sondern schon seit Jahrhunderten die Frauen beschäftigt. Noch im Mittelalter wurden diese mehr als Ware, denn als menschliches Wesen angesehen. Wurden Sie in einem niedrigen Stand geboren, so war ihre Hauptaufgabe, so schnell wie möglich einen Mann zum Heiraten zu finden. Bis dahin gehorchten sie allein dem Vater. Nach einer Heirat bestand die höchste Priorität der Frauen darin, dem Ehemann Kinder zu gebären. Am besten so viele gesunde Söhne wie möglich, die später auf dem Acker oder bei den Tieren mitarbeiten konnten. Töchter waren eher verpönt. Sie wurden als schwach, kostspielig und nutzlos angesehen. Hatten die Frauen früher das Glück in den sogenannten Adelsstand hineingeboren zu sein, so wurden sie von Kleinkindalter an, darauf vorbereitet mit ihrem Äußeren sich einen sehr wohlhabenden Ehemann zu suchen. Als enorm weiblich wurde Zurückhaltung, Anerkennung der Autorität des Mannes, ein junger gesunder Körper für viele Kinder und eine gute Organisation in Sachen Haushalt angesehen.

Auch in den nächsten Jahrhunderten verbesserte sich die Lage der Frauen nicht. Die angestrebte Emanzipation (stammt aus dem lateinischen Wort *emancipare* und bedeutete, einen Sklaven in die Eigenständigkeit zu entlassen⁴) der Frauen wurde immer wieder untergraben und zerschlagen. Ein bitteres Beispiel für die schwere Lage der Frauen belegt das Schicksal von Olympe de Gouges (1748-1793). Die Frauenrechtlerin und Verfasserin von damals tagesaktuellen Wandzeitungen, Pamphleten und offenen Briefen, in denen sie ihre Meinung über die damalige Politik kundtat, wollte das den Frauen mehr Rechte zugesprochen werden. Sie kämpfte gegen die Sklaverei und wurde verhöhnt für ihren Einsatz zur Gleichberechtigung von Frauen. Später wurde Olympe de Gouges verhaftet und nach monatelanger Gefangenschaft am 3. November 1793 durch die Guillotine hingerichtet.⁵

Nach dem 2. Weltkrieg schien es für einige Zeit so, als ob sich das Frauenbild in der Gesellschaft ändern würde. Viele Männer waren im Krieg gefallen und die Frauen mussten allein sowohl mit Kindern als auch mit Geld verdienen zu Recht kommen. Je-

3 http://www.youtube.com/watch?v=kLL6c76_fcw

4 Ulrike Kroneck, 2007: S. 100

5 Vgl. <http://olympie-de-gouges.info/Lebenslauf-Olympe-de-Gouges.htm>

doch blieb dieser emanzipierte Aufschwung nicht von langer Dauer. Trotz eines im Mai 1949 eingeführten Artikels im Grundgesetz, der aussagte, dass Männer und Frauen gleichberechtigt seien⁶, war davon im realen Leben nichts zu spüren. Männer in den 50-er Jahren, kontrollierten die Lebensbereiche ihrer Frauen. „Er bestimmte in der Ehe den Wohnort und nur er entschied über Erziehungsfragen der Kinder, er war allein für die Regelung der Finanzen zuständig und konnte Verträge, die die Frau geschlossen hatte, einfach kündigen. Die Frau ihrerseits war verpflichtet, die Hausarbeit zu verrichten und den Anweisungen ihres Mannes zu folgen.“⁷

In der heutigen Zeit wären diese Schemen, vor allem für die moderne Frau undenkbar. Die drei klassischen Elemente Kinder, Küche und Kirche reichen heute vielen Frauen einfach nicht mehr aus, um ein erfülltes Leben zu führen. Arbeiten, selbst Geld verdienen und für sich aufkommen können, hat für die Frauen eine große Bedeutung. Karriere vor Kind lautet immer öfter die Devise.

Doch trotz der ansteigenden Zahl arbeitender Frauen mit oder ohne Kinder wird das Bild der modernen Frau von heute vor allem im Medienbereich eher verleugnet, in einem falschen Licht dargestellt oder in das Frauenbild von früher gedrängt. Karrierefrauen werden häufig nicht nach ihren Kompetenzen, sondern nach ihrem Aussehen oder ihrem Geschlecht bewertet.

In meiner Bachelorarbeit werde ich mein Augenmerk besonders auf zwei Frauen legen, die im 21. Jahrhundert eine große mediale Aufmerksamkeit besitzen. Zum einem Catherine Mountbatten-Windsor, Duchess of Cambridge (bekannter unter Kate Middleton) und zum anderen die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel. Um beide Frauen und ihr Image in den Medien aufzeigen zu können, habe ich auf drei ausgewählten Online Seiten alle Artikel analysiert, in denen sie vorkommen. Der Untersuchungszeitraum beschränkt sich dabei auf den Monat April 2011. Grund für die Wahl des Monats war die große mediale Aufmerksamkeit der royalen Hochzeit zwischen Prinz William und Kate Middleton. Die drei ausgewählten Online Seiten sind die führenden im Bereich der reichweitenstärksten Nachrichten-Websites. Analysiert wurden die Artikel auf den Internetseiten von bild.de, bunte.de und spiegel.de. Alle drei Online Seiten werden in Kapitel 3 näher beschrieben. Zusätzlich zur Untersuchung, welchen Stellenwert beide Frauen in den Medien haben, werde ich prüfen, ob es gewisse Auffälligkeiten in der Berichterstattung gibt. Ist das Verhältnis von Beiträgen über Kate Middleton zu denen gegenüber Angela Merkels ausgeglichen oder überwiegt die eine über die des anderen? Wie

6 Vgl. http://www.gesetze-im-internet.de/gg/art_3.html

7 http://www.durchblick-siegen.de/themes/ds/pdf/04_06/seite46.pdf

sieht der Verlauf der Artikel im Monat aus? Wird mehr über ein Thema berichtet oder nimmt die Aufmerksamkeit ab?

Die Untersuchung wird in zwei Analysen unterteilt. Im ersten Schritt wird eine Themenfrequenzanalyse durchgeführt. Bei dieser werden alle Beiträge der drei Online Seiten ausgewertet, welche von Kate Middleton oder Angela Merkel handeln, beziehungsweise in denen sie erwähnt werden. Diese Analyse gibt beispielsweise Auskunft über die Häufigkeit der Erwähnungen, welche wiederum Rückschlüsse auf die Wichtigkeit der Person ermöglichen können. Die genaue Vorgehensweise wird in Kapitel 5 näher erläutert.

Im zweiten Schritt wird eine Inhaltsanalyse ausgeführt. Nun wird der Beitrag nicht mehr als Ganzes gesehen, sondern die einzelnen Aussagen werden untersucht. Wie auch bei der Themenfrequenzanalyse wird erfasst, welches Thema die jeweilige Analyseeinheit behandelt. Darüber hinaus werden die Aussagen auf Wertungen untersucht. Somit kann unter anderem aufgezeigt werden, ob Kate Middleton und Angela Merkel eher positiv oder negativ dargestellt werden.

Ergänzung 1:

In meiner Bachelorarbeit werde ich die heutige Duchess of Cambridge nicht mit ihrem offiziellen Titel bezeichnen, sondern zum besseren Verständnis ihren früheren, durch die Medien bekannt gewordenen Spitznamen ‚Kate Middleton‘ verwenden. Auch bei der Kanzlerin verzichte ich auf ihren Dokortitel, um so eine vereinfachte Darstellung der Personen zu gewährleisten.

Ergänzung 2:

Bei meiner Recherche stellte ich fest, dass alle drei Online Seiten verschiedene Schreibweisen in Hinblick auf ihre Onlineauftritte aufgewiesen haben (Bild.de, BUNTE.de und Spiegel Online). Um auch hier ein einheitliches Bild gewährleisten zu können, habe ich mich dafür entschieden von allen drei Seiten deren Hyperlinks in Form von bild.de, bunte.de sowie spiegel.de in meiner Bachelorarbeit zu verwenden.

2 Fragestellung, Methode und Aufbau der Arbeit

Die Beweggründe für die Entstehung dieser Bachelorarbeit waren und sind das große Interesse meinerseits am Boulevardjournalismus. Bei Vorüberlegungen, zu welchem Thema ich meine Arbeit verfassen könnte, ist mir schnell bewusst geworden, dass es eine große Anzahl an umfangreichen Themen in diesem Bereich gibt.

Da ich eine Fürsprecherin der modernen Frau in der heutigen Welt bin, habe ich mich letztendlich dafür entschieden, die Rolle der Frauen in den Onlinemedien näher zu erläutern. Da diese Überlegung jedoch noch zu umfangreich zum Bearbeiten wäre, habe ich mich dazu entschlossen, zwei völlig verschiedenen Frauen aus dem Medienbereich miteinander zu vergleichen und aufzuweisen, wie die Onlinemedien über die Frauen berichten und welches Image ihnen zugewiesen wird.

Die Frage, die ich mir zu Beginn meiner Arbeit gestellt habe, war ob die Medien das Frauenbild früherer Zeiten, welches oft in Verbindung mit Heiraten, Kinder kriegen und den Haushalt übernehmen in Verbindung gebracht wird, mehr präsentieren, als das sich in den letzten Jahren stark entwickelte moderne Bild der Frau, die zuerst eine berufliche Karriere anstrebt und später an Familienplanung denkt. Um darauf repräsentative Antworten erhalten zu können, habe ich mich dafür entschieden eine Inhaltsanalyse auf drei verschiedenen Online Seiten durchzuführen. Dabei habe ich alle Artikel von Bundeskanzlerin Angela Merkel und Kate Middleton (heutige Duchess of Cambridge) analysiert, um so das Medienbild beider Frauen darstellen zu können. Die genaue Vorgehensweise wird im Kapitel 5 näher erläutert. Der Zeitraum meiner Analyse bezieht sich auf den Monat April 2011. Diesen Monat habe ich bewusst gewählt, da die Hochzeit zwischen Kate Middleton und ihrem damaligen Verlobten Prinz William in Großbritannien stattfand. Anhand dieses Ereignisses konnte ich somit sicherstellen, dass bei beiden Frauen eine ähnlich hohe Präsenz in den Medien vorliegt, um repräsentative Ergebnisse vorweisen zu können.

In meiner Bachelorarbeit werde ich neben der Inhaltsanalyse eine Kurzcharakteristik der ausgewählten Online Seiten wiedergeben und in einer Kurzbiografie Einblicke in das Leben und die Werdegänge von Angela Merkel und Kate Middleton aufzeigen. Zum Abschluss meiner Arbeit fasse ich die gewonnen Informationen zusammen und ziehe ein Fazit zu den Erkenntnissen meiner Analyse.

3 Kurzcharakteristik der analysierten Medien

3.1 Bild

Die Bild-Zeitung wurde am 24. Juni 1952 zum ersten Mal vom Axel-Springer-Verlag veröffentlicht.⁸ Bis heute ist die Bild eine deutsche überregionale Boulevardzeitung. Die Rezipienten können die Zeitung wöchentlich von montags bis samstags erwerben oder durch ein Abo diese sich nach Hause schicken lassen. Mit einer verkauften Auflage von 2.908.334 Millionen Exemplaren (IVW II. Quartal 2011) in Deutschland besitzt der Axel-Springer-Verlag mit der Bild nicht nur eine große Reichweite, sondern stellt auch gleichzeitig Europas größte Tageszeitung dar.⁹

Ein sehr auffälliges Merkmal der Bild-Zeitung ist sein Format. Mit einer Größe von 400X570 mm besitzt die Zeitung einen hohen Wiedererkennungswert.¹⁰ Auch durch die groß gehaltenen Fotos vor allem auf der Titelseite, sichert sich die Bild die Aufmerksamkeit. Die angestrebte Zielgruppe verteilt sich laut eigenen Angaben auf die gesamte deutsche Bevölkerungsschicht. Ein Schwerpunkt innerhalb der Bild-Zeitung ist der Sportteil, der im Vergleich zu anderen deutschen Tageszeitungen überdurchschnittlich umfangreich ist. Vor allem der Fußball wird in der Bild als die Sportart Nummer 1 angegeben. Neben dem Sportteil lebt die Zeitung auch von seinem Unterhaltungsbereich. Prominente auf Partys, zu Hause oder mitten in einem Rosenkrieg bescheren dem Verlag vor allem die weibliche Aufmerksamkeit. Neben dem Sport und Boulevard berichtet die Zeitung auch stark über nationale und internationale Politikthemen.

Der Schreibstil der Bild ist einfach gehalten und vor allem darauf bedacht mit kurzen prägnanten Worten die Aufmerksamkeit des Rezipienten zu erregen. Durch direkte Ansprachen an die Leser in der Überschrift wie beispielsweise ‚Unsere Nationalmannschaft!‘ versucht man ein ‚Zusammengehörigkeitsgefühl‘ zu erwecken und somit eine Bindung zwischen Zeitung und Leser zu schaffen. Bei wichtigen Themen wie beispielsweise einer Fußballweltmeisterschaft, kommen oft Ausrufe oder markante Zahlen zum Einsatz. Schlagzeilen werden kurz und prägnant gehalten. Auch sehr häufig verwendet

8 Vgl. <http://www.axelspringer.de/dl/25552/erfolgsgeschichte.pdf>

9 Vgl. http://www.axelspringer-mediapilot.de/portrait/BILD-BILD_671014.html

10 Vgl. http://www.axelspringer-mediapilot.de/dl/190933/BILD_2011_65.pdf

man im Bezug auf Personen des öffentlichen Lebens, dass Mittel der Verballhornung. „So wurde die britische Sängerin Amy Winehouse in unterschiedlichen Zusammenhängen schon als „Amy Weinhouse“ und „Amy Müllhouse“ bezeichnet.“¹¹ Die Top Storys befinden sich zudem auf dem Titelbild einer jeden Ausgabe. Zu den Texten gibt es viele Illustrationen und andere Darstellungen wie Tabellen und Karikaturen, die das Gesamtbild auflockern und zum Lesen einladen.

Auch im Onlineauftritt der Bild findet jeder Leser alles Tagesaktuelle im Politik-, Sport- oder Boulevardbereich. Neben den aktuellen Berichten sind auf der Online Seite auch umfassende Statistiken im Bereich Sport der vergangenen Jahre, Sportler- und Teamprofile, sowie verschiedene Bildergalerien zu finden. Die Social Media Generation macht auch vor der Bild nicht halt. Twitter und Facebook sind die Sprachrohre eines jeden erfolgreichen Unternehmens. So ist man stets auf dem neuesten Stand der Dinge und permanent mit Insider Informationen und Exklusiv News versorgt.

3.2 Bunte

Das ‚People-Magazin‘ Bunte ist eine immer wöchentlich donnerstags erscheinende Illustrierte. Herausgegeben wird diese von der Hubert Burda Media und ist mit einer verkauften Auflage von 634.780 Exemplaren (IVW II/2011) eine der erfolgreichsten Boulevard-Zeitschriften.¹² Zum ersten Mal veröffentlicht wurde die Bunte damals noch unter dem Namen ‚DAS Ufer‘ im Jahre 1948.¹³

Die Zielgruppe der Bunte fixiert sich nicht ausschließlich auf die weibliche Leserschaft, sondern versucht auch durch bestimmte Themen aus der Politik und der Wirtschaft männliche Rezipienten zu erreichen. "Woche für Woche suchen [...] Leser aktuelle Nachrichten und aufregende Geschichten aus der Welt der Macht und der Mächtigen. Sie sind auf der Spur der Geheimnisse in der Welt der Politik, der Wirtschaft und der Gesellschaft. Sie wollen alles wissen über die Stars aus der Welt des Films, der Medien und der Musik, aus Showbusiness, Sport und Mode."¹⁴, so wird die Leserschaft der Bunten vom Unternehmen selbst gesehen. In der Illustrierten ist der Themenschwerpunkt der Unterhaltungsbereich. Mit Storys über ‚Stars und Sternchen‘ aus der ganzen Welt soll der Leser für eine kurze Zeit in Luxus und Wohlstand schwelgen und somit

¹¹ [http://de.wikipedia.org/wiki/Bild_\(Zeitung\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Bild_(Zeitung))

¹² Vgl. http://www.hubert-burda-media.de/geschaeftsfelder/magazine/inland/-bunte_aid_8241.html

¹³ Vgl. http://www.hubert-burda-media.de/unternehmen/historie/1900-1949/1900-1949-die-anfaenge_aid_7103.html

¹⁴ http://bunte.lwp-online.de/objekt/emotion/bunte_objekt_emotion.php

laut des Verlages das Verlangen nach Emotionen abdecken.¹⁵ Bereits auf der Titelseite der Zeitschrift werden die Rezipienten vorab auf die wichtigsten Themen mit großen Fotos und prägnanten Überschriften hingewiesen.

Der Schreibstil ist wie bei der Bild-Zeitung einfach gehalten. Mit kurzen knappen, aber dramatischen Überschriften, will man das Verlangen beim Kunden wecken den Artikel zu lesen. Auch die Artikel sind kurz gehalten, jedoch werden viele ‚Gefühl‘-Wörter benutzt, um so die Emotionen beim Leser zu wecken.

Die Online Seite bunte.de wird den ganzen Tag über immer wieder aktualisiert, so dass die User jede Stunde andere und neue Fakten auf der Hauptseite sehen können und schneller über geschehene Ereignisse informiert sind. Auch die Bunte kann sich dem großen Interesse an den Social Networks nicht entziehen und versucht durch Auftritte bei Facebook und Twitter weitere Leser zu gewinnen.

3.3 Spiegel

Chefredakteur und Herausgeber Rudolf Augstein veröffentlichte am 4. Januar 1947 in Hannover zum ersten Mal den Spiegel. Dieser war ein Nachfolger der Zeitschrift ‚Diese Woche‘.¹⁶ 64 Jahre später, wird der Spiegel in der deutschen Printmedien-Landschaft als eines der erfolgreichsten Nachrichtenmagazine angesehen. Mit einer verkauften Auflage von 951.656 Exemplaren (IVW II/2011) liegt das immer montags erscheinende Magazin erfolgreich vor der Konkurrenz von Focus und Stern.¹⁷

Die anvisierte Zielgruppe des Spiegel-Verlags ist das sogenannte Bildungsbürgertum. Bereits seit vielen Jahren ist der Spiegel für Menschen eine Bereicherung, die sich für das politische, wirtschaftliche und kulturelle Geschehen interessieren. Im Gegensatz zur der Bild-Zeitung, die den Sensationsjournalismus bevorzugt, zeichnet sich der Spiegel durch Qualitätsjournalismus aus. „Oft arbeiten vier, fünf oder mehr Redakteure und Korrespondenten an einer Story und decken bei ihren Recherchen Fakten und Daten auf. Dabei legen die Journalisten das Hauptaugenmerk auf politische und gesellschaftliche Ereignisse.“¹⁸ Der Spiegel ist inhaltlich vielfältig durch beispielsweise Hinter-

15 Vgl. http://bunte.lwp-online.de/objekt/medien/bunte_objekt_medien.php

16 Vgl. <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/00725D93EF0ABA5BC1256FD600330072?OpenDocument>

17 Vgl. http://www.spiegel-qc.de/deutsch/media/dokumente/partner/kurzportraet/sp_factsheet_2011.pdf

18 <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/440FBE98BAF7E2F8C1256FD5004406DD?OpenDocument>

grundberichte, großen Reportagen, oder dem bekannten Spiegel-Gespräch gekennzeichnet.

Auch im Online-Bereich ist der Spiegel durch eine eigene Website vertreten. Rund um die Uhr wird die Online Seite aktualisiert, um so dem Leser immer die neuesten News schnell und präzise präsentieren zu können. Durch die Vielfältigkeit des Mediums Internet können sich die User neben den aktuellsten Nachrichten auch Videos, Kommentare und ältere Beiträge ansehen. Wie bereits die Bild-Zeitung und die Bunte ist auch der Spiegel in den Social Networks Facebook und Twitter vertreten.

4 Kurzbiographie

4.1 Angela Merkel

Am 17. Juli 1954 wurde Angela Dorothea Merkel in Hamburg geboren. Gemeinsam mit ihren Eltern, dem evangelischen Pfarrer Horst Kanser und seiner Frau Herlind, damalige Lehrerin in den Fächern Englisch und Latein, lebte Angela Merkel bis zu ihrem dritten Lebensjahr in Quitzow bei Perleberg. Ab 1957 wohnte die Familie im brandenburgischen Templin, wo Angela Merkel gemeinsam mit ihren Geschwistern aufwuchs. Die künftige politische Karriere der späteren Bundeskanzlerin wurde ihr bereits früh in die Wiege gelegt. Sowohl Vater, Mutter als auch ihr Bruder engagierten sich im späteren Leben in politischen Parteien.

Mit 19 Jahren schloss Angela Merkel ihre Schulzeit in Templin mit dem Abitur ab. Daraufhin bewarb sie sich an der Universität in Leipzig und studierte dort bis 1978 Physik.¹⁹ Als Diplomphysikerin arbeitete sie die folgenden zwölf Jahre an der Akademie der Wissenschaften als Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Zentralinstitut für physikalische Chemie in Ostberlin.²⁰ Während dieser Zeit in Ostberlin erhielt sie 1986 ihre Promotion.

Ihr politischer Werdegang begann 1989 mit dem Beitritt als Mitglied des ‚Demokratischen‘ Aufbruchs. Nach der Wende 1990 trat Angela Merkel der CDU (Christlich Demokratische Union) Deutschlands bei. Ab diesem Zeitpunkt bewies die junge Frau, dass man mit Entschlossenheit, Kraft und dem unbedingten Willen auch als Frau in einer sogenannten ‚Männerdomäne‘ bestehen kann. Ebenfalls 1990 erhielt sie den Posten der stellvertretenden Regierungssprecherin der Regierung de Maizière und wurde Mitglied des deutschen Bundestages.

Bereits ein Jahr später besetzte man die Stelle des stellvertretenden Vorsitzenden der CDU Deutschlands bis 1998 mit der jungen Politikerin Merkel. Innerhalb dieser Periode besaß Angela Merkel auch noch die Posten der Vorsitzenden der CDU Mecklenburg-Vorpommern (1993-2000), außerdem war sie Bundesministerin für Frauen und Jugend (1991-1994) und war vier Jahre lang im Amt der Bundesministerin für Umwelt,

¹⁹ Vgl. <http://www.wiwo.de/unternehmen-maerkte/koepfe-der-wirtschaft/angela-merkel-217/biografie/>

²⁰ Vgl. http://www.bundesregierung.de/nn_914560/Content/DE/Archiv16/Rede/2008/09/2008-09-24-merkel-ehrendoktorwuerde-breslau.html

Naturschutz und Reaktorsicherheit (1994-1998). Ab 1998 übernahm sie für zwei Jahre die Aufgabe der Generalsekretärin der CDU Deutschlands und mit Beginn des neuen Jahrtausends wurde Angela Merkel von ihrer Partei der CDU Deutschlands zur Vorsitzenden gewählt. Von 2002-2005 übernahm sie die Aufgaben als Vorsitzende der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag. Ihren bisher größten politischen Erfolg feierte die damals 51-Jährige am 22. November 2005. An diesem Tag fand die Vereidigung im Bundestag für die erste deutsche Bundeskanzlerin der Bundesrepublik Deutschlands statt.²¹ Bis zum heutigen Tag ist Angela Merkel im Amt.

4.2 Kate Middleton

Catherine Elizabeth Middleton, besser bekannt als Kate Middleton, wurde am 9. Januar 1982 in Reading, England geboren. Ihre Eltern Michael und Carole Middleton haben neben Kate noch eine Tochter und einen Sohn. Im Alter von zwei Jahren zog die Familie Middleton aus beruflichen Gründen des Vaters für zweieinhalb Jahre nach Jordanien in die Hauptstadt Amman.

Im September 1986 kehrte die Familie wieder nach Großbritannien in ihre Heimat West Berkshire zurück. Kate besuchte daraufhin für die nächsten neun Jahre die St Andrew's Schule in Pangbourne. Das Abitur im Jahr 2000 absolvierte sie an der hoch angesehenen Privatschule in Wiltshire am Marlborough College. Nach dem erfolgreichen Abschluss nahm sich die junge Frau ein Jahr Auszeit, um für einige Monate in Florenz am British Institute zu studieren und um an einem Hilfsprojekt in Chile mitarbeiten zu können.

Ihr Leben sollte sich von Grund auf ändern, als sie sich 2001 an der Universität von St Andrews in Schottland für Kunstgeschichte einschrieb. Auf dem Campus traf sie dort zum ersten Mal auf den an zweiter Stelle in der britischen Thronfolge stehenden Prinz William.²² Von Anfang an stimmte die Chemie zwischen den beiden, sodass man gemeinsam mit anderen Studenten später eine WG bezog. Die Beziehung zwischen den beiden stand zum ersten Mal im Blickpunkt der Öffentlichkeit, als im April 2004 Bilder erschienen, wo sie gemeinsam mit Prinz William Urlaub in Kloster machten.²³ Von diesem Zeitpunkt an wurde Kate Middleton als Freundin des Prinzen angesehen.

21 Vgl. <http://www.bundeskanzlerin.de/Webs/BK/De/Angela-Merkel/Biografie/biografie.html>

22 Vgl. <http://www.officialroyalwedding2011.org/blog/2011/March/7/A-biography-of-Catherine-Middleton>

23 Vgl. <http://www.spiegel.de/panorama/0,1518,293498,00.html>

In den darauf folgenden Jahren schloss die junge Frau ihr Studium ab und arbeitete von für das britische Modelabel Jigsaw.²⁴ Im April 2007 erlebte Kate Middleton einen privaten Tiefschlag, als bekannt wurde, dass sie und Prinz William sich getrennt hatten. Die Presse überschlug sich in ihrer Berichterstattung, welchen Grund die Trennung gehabt haben könnte. Bereits einige Monate später kam es zu einer Versöhnung der beiden. Von da an war sie auf allen wichtigen Festigkeiten der königlichen Familie eingeladen und somit war es nur noch eine Frage der Zeit bis die Verlobung verkündet werden würde.

Der Wendepunkt war die offizielle Bekanntgabe der Verlobung des britischen Königshauses zwischen Kate Middleton und Prinz William im November 2010. Die Hochzeit erfolgte am 29. April 2011. Mit der Heirat legte Kate Middleton ihren bürgerlichen Namen ab und wird seitdem als königliche Hoheit, Duchess of Cambridge angesprochen.²⁵

24 Vgl. <http://www.officialroyalwedding2011.org/blog/2011/March/7/A-biography-of-Catherine-Middleton>

25 Vgl. <http://www.officialroyalwedding2011.org/blog/2011/April/29/Titles-announced-for-Prince-William-and-Catherine-Middleton>

5 Themenfrequenzanalyse

5.1 Methodik und Vorgehensweise

In meiner Arbeit wird als erster Schritt eine Themenfrequenzanalyse durchgeführt. Diese Analyse gehört zum Erhebungsverfahren der Inhaltsanalyse und wird häufig als einfachste Form angesehen. Die Begründung dafür liegt darin, dass lediglich die Häufigkeiten des Vorkommens von Personen oder Themen erhoben werden.²⁶

Um solche Daten zu erhalten, habe ich auf den drei ausgewählten Online Seiten alle Artikel von Angela Merkel und Kate Middleton untersucht. Diese Untersuchung erfolgt für den kompletten Monat April 2011 und wurde nach einem von mir festgelegten Codibuch²⁷ analysiert. Die Untersuchung der Texte auf die relevanten Merkmale erfolgt auf Beitragsebene. Jeder Beitrag wird als Ganzes betrachtet und wird nach seiner Haupttendenz codiert.

Am Anfang der Codierung wird festgehalten, aus welchem Medium der Artikel stammt. Dabei besitzt jedes der drei zu untersuchenden Medien eine festgelegte Zahl. Die Online Seite der Bild-Zeitung hat die 1, bunte.de wird mit der 2 codiert und spiegel.de hat die 3. Auch das Datum der Beiträge spielt eine wichtige Rolle. Dabei wird nicht nur im Allgemeinen das Datum des Beitrages codiert, sondern gleichzeitig eine Datumseingrenzung festgelegt. Der Zeitraum zwischen dem 1. und 10. April wird mit 1 codiert. Der zweite Zeitraum liegt zwischen dem 11. und 20 April und ist mit der 2 gekennzeichnet. Der letzte Bereich ist vom 21. bis 31. April und erhält die 3. Diese Einteilung ist notwendig, um später den Verlauf der Häufigkeiten der codierten Artikel optimal in einer Grafik aufzeigen zu können.

Damit eine Unterscheidung der beiden zu analysierenden Personen stattfinden kann, werden sowohl Angela Merkel wie auch Kate Middleton Zahlen zugeordnet. Die 1 erhält dabei die Bundeskanzlerin und die 2 Kate Middleton. Mit dieser Einteilung ist es überhaupt erst möglich alle Beiträge der richtigen Person zuzuordnen und somit die bestehen Hypothesen in der Themenfrequenzanalyse belegen oder widerlegen zu können. Das letzte zu codierende Merkmal ist der Umfang der Beiträge auf den Online

²⁶ Vgl. Heinz Bonfadelli, 2002: S. 81

²⁷ Anhang, S. XV

Seiten. Um einen besseren Überblick über die Größe der Artikel zu haben, werden diese nicht nur mit ihrer exakten Wort- und Zeichenanzahl codiert, sondern auch in drei verschiedene Bereiche unterteilt. Dabei erhält der Bereich 1 bis 5000 Zeichen die Zahl 1, 5001 bis 10000 die 2 und der letzte Bereich ab 10001 ist mit der 3 versehen.

Insgesamt ergibt sich für die Themenfrequenzanalyse folgende Tabelle:

Medium	Datumseingrenzung	Datum	Person	Umfang	Umfangseingrenzung
--------	-------------------	-------	--------	--------	--------------------

Tabelle 1: Mustertabelle 1

Mit dem erstellten Codebuch und der angewandten Themenfrequenzanalyse sollen folgende Hypothesen bestätigt oder widerlegt werden:

Hypothese 1:

Die Anzahl der Beiträge über Kate Middleton ist höher, wie die von Angela Merkel auf den einzelnen Online Seiten.

Hypothese 2:

Die Anzahl der Beiträge über Kate Middleton nimmt im Laufe des Monats zu, dagegen bleiben die von Angela Merkel auf demselben Niveau.

Hypothese 3:

Die Artikelumfänge über Kate Middleton und Angela Merkel weisen keine großen Unterschiede auf.

Die drei aufgestellten Hypothesen werden getreu des vorhandenen Materials des jeweiligen Mediums untersucht.

5.2 bild.de

Um exakt sagen zu können, welcher der beiden Frauen häufiger auf bild.de erwähnt worden ist, werden alle Beiträge, sei es eine Kurzmeldung, ein Bericht oder eine andere journalistische Darstellungsform, untersucht. Dabei spielt der Stellenwert (Haupt- oder Nebenperson) von Angela Merkel und Kate Middleton in den Artikeln keinerlei Rolle. Durch das im Vorfeld festgelegte Codebuch ist folgendes Balkendiagramm entstanden.

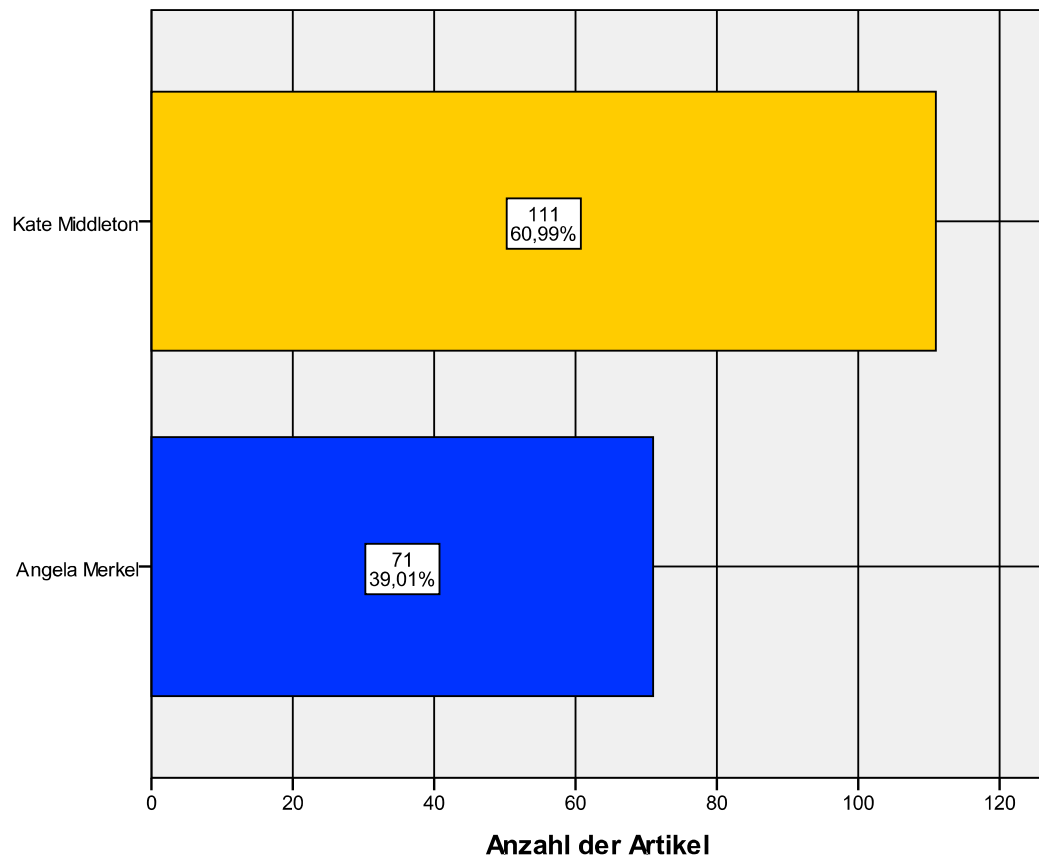


Abbildung 1: Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf bild.de

Auf dem erzeugten Diagramm ist deutlich erkennbar, dass Kate Middleton im Untersuchungszeitraum April eine größere mediale Präsenz auf bild.de aufweist als Angela Merkel. Von den insgesamt 182 ausgewerteten Beiträgen wird deutlich, dass Kate Middleton mit 111 Artikeln und beinahe 61% fast das doppelte an Berichterstattung erhält, wie die deutsche Bundeskanzlerin, die mit 71 Artikeln und rund 39% weit abgeschlagen ist.

Gründe für diese enormen Unterschiede sind in verschiedenen Bereichen zu suchen. Zum einen hat die Präsenz von Kate Middleton im April ihren Höhepunkt mit der bevorstehenden Hochzeit erreicht. Bereits seit dem letzten November 2010, als die Verlobung mit Prinz William bekannt gegeben worden war, ist das Interesse der Presse an der Person Kate Middletons stark gestiegen. Von diesem Zeitpunkt an wuchs die Anzahl an Beiträgen über die 29-Jährige von Woche zu Woche. Aus der Medienperspektive gesehen gibt es im April im Boulevardbereich kein größeres Thema als die royale Hochzeit. An diesem großen öffentlichen Interesse ist zum einen zu erklären, warum die Bild sich mehr der Unterhaltungsbranche widmet und Themen der nationalen und internationalen Politik ein etwas geringeres Interesse in diesen Tagen erfahren.

Ein anderer Ansatzpunkt für die deutlichen Unterschiede besteht darin, dass die Bild allen voraus den Boulevard- und Sportteil bedient. Die Rubriken Politik und Wirtschaft folgen im Anschluss. Bereits hier ist zu erkennen, dass es zu einer indirekten Eingliederung der Geschlechter in die Interessensbereiche kommt. Auch heute noch wird der sogenannte ‚Klatsch und Tratsch‘-Bereich den Frauen zugeordnet und der Leistungssport oft mit Männern in Verbindung gebracht. Das jedoch beispielsweise die deutsche Frauen-Fußballnationalmannschaft mehr Weltmeistertitel aufzuweisen hat als die Nationalelf der Männer oder viele Frauen als Reporterinnen live vor Ort für das Fernsehen arbeiten, wird leicht ‚vergessen‘. Laut Sieglinde Rosenberger ist diese Einteilung der Rollen mehr als kritisch zu betrachten: „Die Ideologisierung wird zur Determinante sozialer Ordnungen und sozialer Ungleichheit; die Ideologie dient der Etablierung geschlechtsgetrennter Sphären ebenso wie der Legitimation sozial ungleichwertiger Frauen- und Männerarbeitsplätze“.²⁸

Diese Aussage spiegelt sich in der Präsenz von Angela Merkel bei bild.de wieder. Trotz enorm wichtiger politischer Themen, wie der geplante Atom-Ausstieg, sowie ihrer Stellung als Bundeskanzlerin schafft sie es nicht als Frau eine höhere Wichtigkeit in Bezug auf die Berichterstattung²⁹ im Gegensatz zur anstehenden Hochzeit zu erlangen. Insgesamt wird die Trauung in ihrer Bedeutung höher eingestuft und erfährt somit mehr Aufmerksamkeit.

Bereits bei Abbildung 1 ist erkennbar, dass die Medien hier explizit auf die Bild bezogen Unterschiede erkennen lassen, bei der Berichterstattung der Frau in verschiedenen Ressorts.

Neben der Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von Angela Merkel und Kate Middleton wurde im nächsten Abschnitt untersucht, welchen Verlauf die Beiträge im Monat nehmen. Um Hypothese 2 belegen oder widerlegen zu können, wurde die Datentabelle ausgezählt und folgendes Diagramm dabei erstellt.

²⁸ Rosenberger, Sieglinde, 1996: S. 33

²⁹ Vgl. „Trotz der Omnipräsenz von Merkel wird das öffentliche Bild der Politik also weiterhin von männlichen Funktionsträgern dominiert.“, http://www.journalistinnen.de/aktuell/PM_Spitzenfrauen-in-den-Medien.pdf

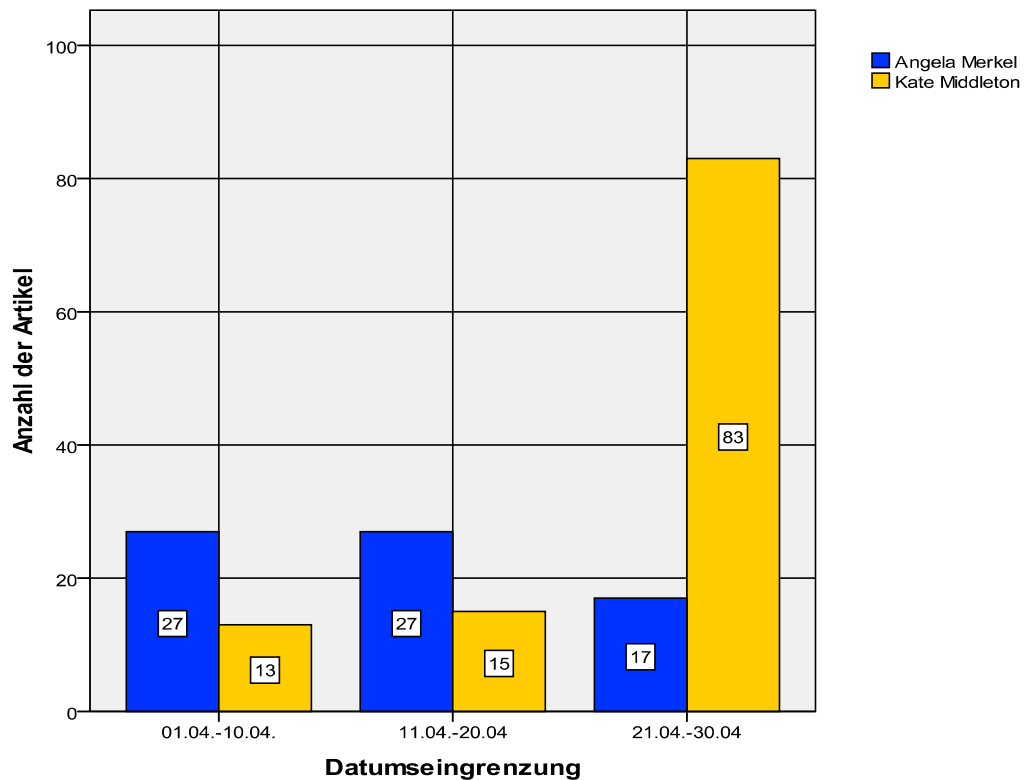


Abbildung 2: Verlauf der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf bild.de

Zuerst werden beide Frauen einzeln betrachtet. Dabei ist festzustellen, dass die ‚blauen‘ Balken, die Angela Merkels Verlauf der Erwähnungen darstellen, im ersten und zweiten Abschnitt auf dem selben Niveau mit 27 Artikeln bleiben. Erst im dritten Bereich zwischen dem 21. und 31. April ist deutlich erkennbar, dass die Aufmerksamkeit mit nur noch 17 veröffentlichten Artikeln abnimmt. Der Abfall zum Ende des Monats hin ist mit der näher rückenden Hochzeit von Kate Middleton zu erklären. Mit näher kommenden Datum tritt der Unterhaltungsbereich auf der Online Seite in den ‚Vordergrund‘ und andere Themen aus Wirtschaft, Politik und Sport für den Zeitpunkt des dritten Abschnittes in Hinsicht auf die Verteilung der Berichterstattung in den ‚Hintergrund‘.

Betrachtet man den Verlauf der Erwähnungen der ‚gelben‘ Balken von Kate Middleton, so ist ein starker Anstieg im letzten Bereich deutlich erkennbar. Die 83 erschienenen Artikel sind damit zu begründen, dass dieser Bereich die letzten Tage vor der Trauung, sowie den Tag der Trauung und die Berichterstattung danach enthält. In den beiden ersten Bereichen ist die Anzahl an Beiträgen über Kate Middleton fast um die Hälfte geringer als bei Angela Merkel. Es ist somit erkennbar, dass die Berichterstattung über die royale Hochzeit nicht den ganzen Monat über Schwerpunkt auf der Online Seite der

Bild ist, jedoch im letzten Zeitraum einen großen Anteil an medialer Aufmerksamkeit erhält.

Im direkten Vergleich beider Frauen ist erkennbar, dass über Angela Merkel außer einer kleinen Abnahme zum Ende des Monats hin kontinuierlich berichtet wird. Bei Kate Middleton steigt die Verlaufskurve von Abschnitt zu Abschnitt an. Somit ist ein deutlicher Anstieg erkennbar und bestätigt Hypothese 2.

Eine weitere aufgestellte Hypothese besagt, dass der Umfang der Artikel über Kate Middleton größer ausfällt wie von Angela Merkel. Um dies belegen oder widerlegen zu können, wurde folgende Grafik erstellt.

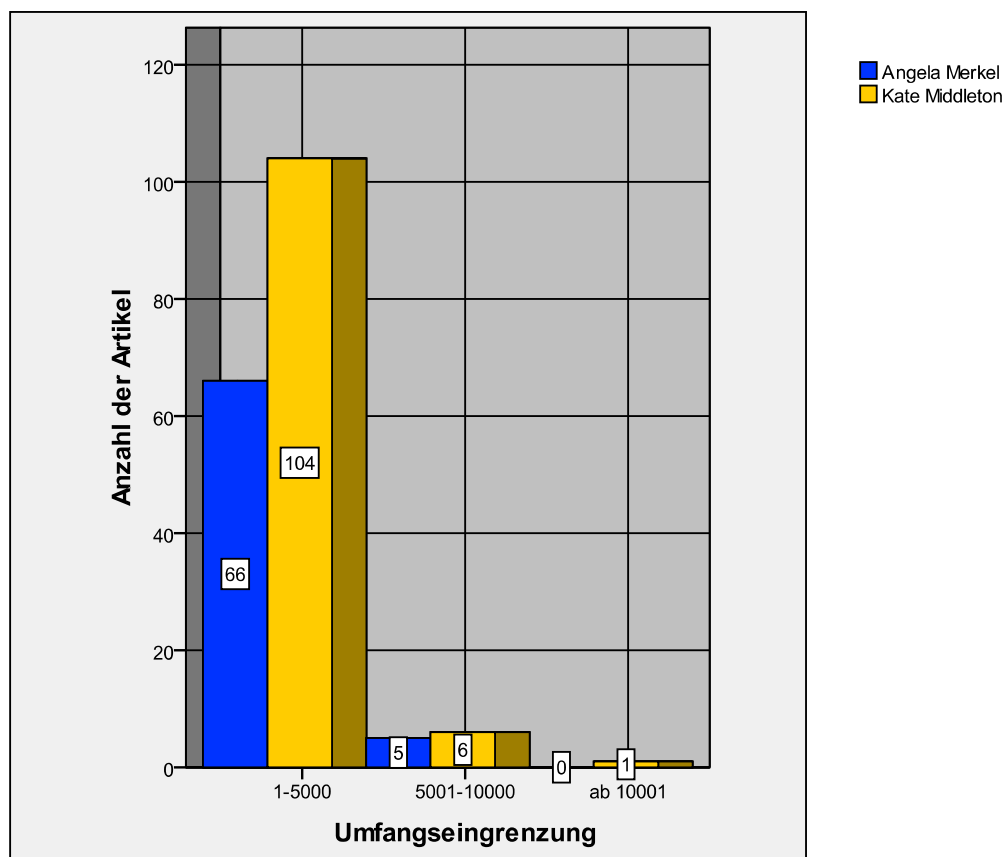


Abbildung 3: Umfang der Beiträge über A. Merkel und K. Middleton auf bild.de

Wie bereits im Vorfeld erwähnt, wurde der Umfang der analysierten Beiträge beider Frauen in drei verschiedene Bereiche eingeteilt, um so repräsentative Ergebnisse zu erhalten. Dabei ist festzuhalten, dass im obigen Diagramm im Bereich der Wort- und Zeichenanzahl 1-5000 die Beiträge beider Frauen vorwiegend verfasst worden sind.

Deutlich zu erkennen ist dabei, dass Artikel über Angela Merkel fast ausschließlich im ersten Sektor wiederzufinden sind. Ein Grund für die große Anhäufung könnte darin lie-

gen, dass die Themen der Kanzlerin größtenteils mit dem Politikgeschehen verbunden sind. Beiträge im Politikbereich, werden zumeist in einer kurzen journalistischen Darstellungsform, wie Nachricht oder Bericht wiedergegeben. Vor allem der Bericht wird häufig genutzt, den er ergänzt die Schnelligkeit der Meldung und die Prägnanz der Nachricht durch zusätzliche Elemente, wie beispielsweise Zitate. Eine nähere Untersuchung dazu wird im Kapitel 6.3.2. durchgeführt.

Ebenfalls mit einem hohen Wert an Artikeln im Bereich von 1-5000 Wörtern werden Beiträge über Kate Middleton verfasst. Anhand dieser Grafik sind keinerlei Anzeichen erkennbar, dass das Medium dem Unterhaltungsbereich mehr Aufmerksamkeit durch größere Umfänge in Beiträgen widmet. Somit sind die Beiträge und deren Umfang auf einem normalen Niveau gehalten und lassen keine größere Rate an größeren Umfängen gegenüber den Beiträgen von Angela Merkel erkennen.

Auch bei den Sektoren zwei und drei wird nicht deutlich, dass Themen mit Kate Middleton einen höheren Textumfang aufweisen, wie die von Angela Merkel. Somit bestätigt sich die dritte Hypothese zumindest auf der Online Seite der Bild, dass die Artikelumfänge beider Frauen keine großen Unterschiede aufzeigen.

5.3 bunte.de

Um repräsentative Ergebnisse für die aufgestellten Hypothesen zu erhalten, wurden im gleichen Zeitraum auch auf der Online Seite der Illustrierten Bunte alle Artikel von Angela Merkel und Kate Middleton mithilfe des erstellten Codebuches codiert und anschließend untersucht. Dabei entstand das folgende Diagramm für die Anzahl an Erwähnungen beider Frauen auf bunte.de im April 2011. Zu ergänzen ist, dass in der Abbildung 4 keinerlei Rücksicht auf den Stellenwert der Bundeskanzlerin und Frau Middleton in den Beiträgen genommen worden ist. Das Diagramm stellt explizit die Häufigkeit der Erwähnungen beider Frauen dar, wobei es auch hier zu keiner Einschränkung kam im Bezug auf Haupt-, Nebenperson oder nur namentlich genannt.

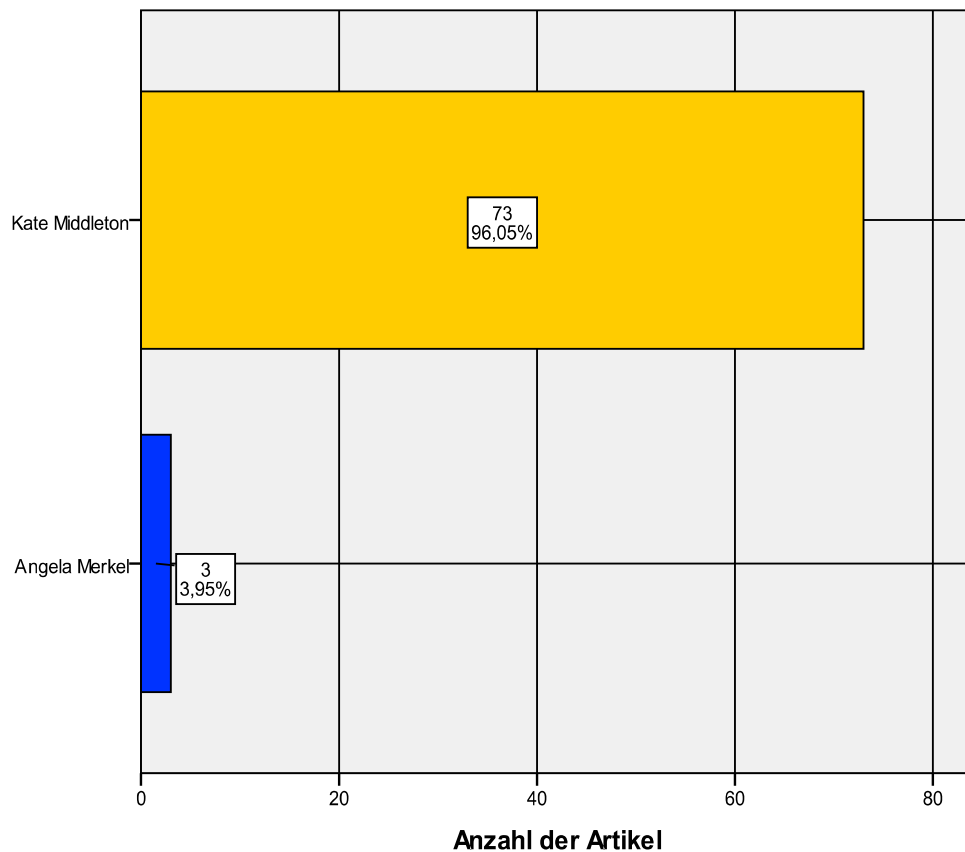


Abbildung 4: Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf bunte.de

Auf der Abbildung 4 ist sehr auffällig, dass im April 2011 auf bunte.de Kate Middleton nahezu die völlige mediale Aufmerksamkeit im Vergleich zu Angela Merkel erfährt. Mit 73 Artikeln und einem prozentualen Anteil von 96,05% fallen die drei Beiträge über Angela Merkel, die im kompletten Monat über veröffentlicht worden sind, kaum ins Gewicht.

Ein Grund für diesen sehr großen Abstand ist zum einen damit zu erklären, dass es sich bei der Illustrierten Bunte um eine Boulevardzeitschrift handelt. Schwerpunkt dabei ist der Unterhaltungsbereich, welcher das Leben von bekannten Personen wie Sängern oder Schauspielern darstellt.³⁰ Die hohe Anzahl an Beiträgen über Kate Middleton ist somit zu erwarten gewesen.

Zu berücksichtigen hierbei ist, dass auch die Bundeskanzlerin eine Person des öffentlichen Lebens ist. Jedoch wird diese bei Berichterstattungen fast ausschließlich in Be-

³⁰ Vgl. „BUNTE spricht mit ihrem Konzept „Leidenschaft für Menschen“ Woche für Woche Millionen Menschen an, die auf spannende Geschichten aus der Welt des Films, der Medien, der Musik, aus Showbusiness, Sport und Modewarten.“, http://bunte.lwp-online.de/leser/bunte_leser.php

zug mit nationaler oder internationaler Politik in Verbindung gebracht. Daher kommt es auch zu der geringen Anzahl an Artikel auf bunte.de und die geringe Quote ist nahe liegend.

Wie bereits auf der Online Seite der Bild, ist auch auf bunte.de eine Tendenz des Frauenbildes in den Medien zu erahnen, welches laut Christine Schmerl nicht die Realität von heute darstellt: „Das Gesamtspektrum verwendeter Frauenbilder bleibt weiterhin eng und zwanghaft auf untergeordnete, (be-)dienende, passive, schmückende, ästhetische oder aufreizende Funktionen beschränkt. Es entspricht in keiner Weise dem tatsächlichen Spektrum der von Frauen ausgeübten Rollen, Tätigkeiten, Aufgaben und Kompetenzen“.³¹

Insgesamt ist zu erkennen, dass dem Thema Hochzeit und Kate Middleton mehr Aufmerksamkeit zuteil wird. Dagegen kommt es kaum zu einer Berichterstattung über Angela Merkel als Person des öffentlichen Lebens oder auch als Bundeskanzlerin von Deutschland. Somit bestätigt sich auch in diesem Fall die erste Hypothese.

Die zweite Hypothese basiert darauf, dass der Verlauf Kate Middletons im April steigt und von Angela Merkel ein kontinuierliches Niveau beibehält. Um diesen Inhalt überprüfen zu können, wurde folgendes Diagramm verfasst.

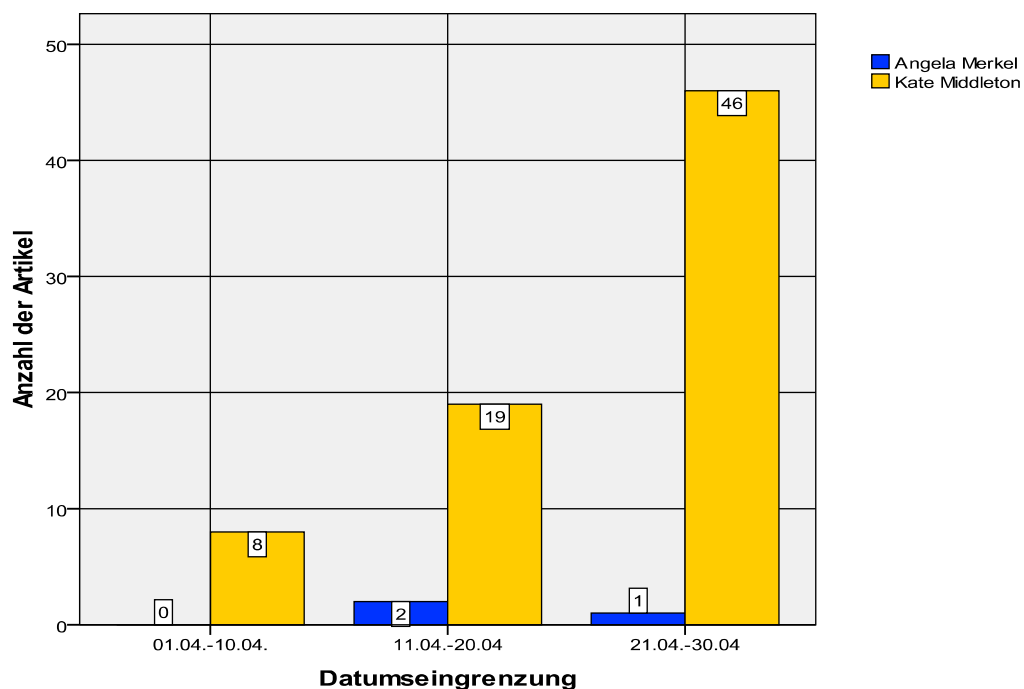


Abbildung 5: Verlauf der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf bunte.de

³¹ Christine Schmerl, 1994: S. 134–151.

Wie bereits erwähnt, ist Bunte sowohl im Print wie auch im Onlinebereich auf den Unterhaltungsbereich ausgelegt. Diese Aussage spiegelt sich auch deutlich in der Abbildung 5 wieder. Die royale Hochzeit wird als großes Medienereignis betrachtet und erhält, je näher der Termin der Trauung rückt, mehr Aufmerksamkeit zugesprochen.³² Im ersten Abschnitt ist zu erkennen, dass die Berichterstattung um Kate Middleton sich mit acht Beiträgen innerhalb von zehn Tagen in einem normalen Maß präsentiert. Jedoch im zweiten Bereich zwischen dem 11. und 20. April wächst die Informationsflut in Bezug auf Kate Middleton um mehr als das Doppelte auf 19 Texte. Im letzten Sektor, in welchem Vorberichterstattung, die Trauung und Nachberichterstattung zusammenkommen, ist ein großer medialer Schwung erkennbar, der im Vergleich zu den ersten beiden Bereichen mit 46 veröffentlichten Beiträgen nochmal um das Doppelte angewachsen ist. Insgesamt nimmt der Verlauf der Erwähnungen Kate Middletons von Woche zu Woche zu und erlebt den Höhepunkt am Ende des Monats mit der Trauung am 29. April.

Mit drei veröffentlichten Artikeln im Monat April ist der Verlauf von Angela Merkel nicht repräsentativ. Die Anzahl an Beiträgen ist zu gering, um ein exaktes Ergebnis darüber präsentieren zu können. Somit lässt sich die zweite Hypothese nur zum Teil belegen.

Hinweise zum Frauenbild in den Medien, lassen sich anhand dieser Grafik nur am Beispiel von Kate Middleton sehen. Wie bereits auf bild.de, weist die Berichterstattung über Kate Middleton Züge der Frauenrolle früherer Zeiten auf.

Um Hypothese 3 überprüfen zu können, wurde im nächsten Schritt eine Grafik erstellt, die den Textumfang der Beiträge über Angela Merkel und Kate Middleton auf bunte.de widerspiegelt.

32 Vgl. „Burda deckt den Event beispielsweise schon im Vorfeld auf den Webseiten der Burda Style Group ab. So läuft auf Bunte.de bereits die Berichterstattung über die Hochzeitsvorbereitungen, ab 29. April wird das Ereignis an sich begleitet.“, <http://www.sueddeutsche.de/medien/wv-quotenbringer-william-und-kate-medien-hype-um-traumhochzeit-1.1076097-3>

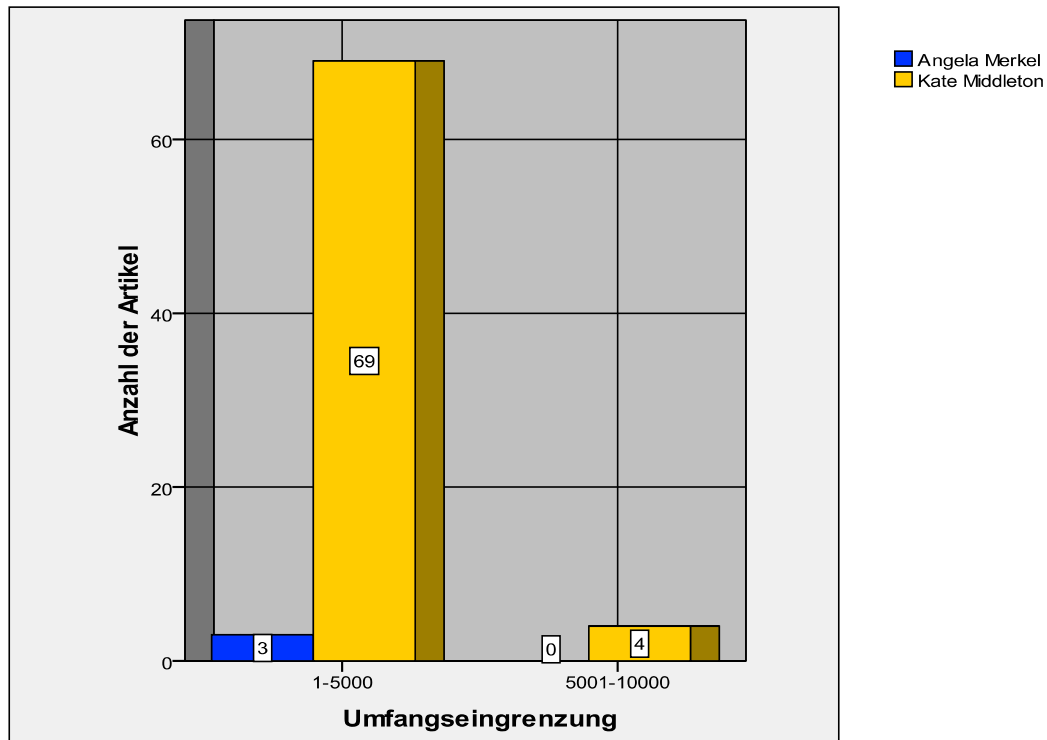


Abbildung 6: Umfang der Beiträge über A. Merkel und K. Middleton auf bunte.de

Die erstellte Grafik soll aufzeigen, in welchen Bereichen die Beiträge über Kate Middleton und Angela Merkel am häufigsten verarbeitet sind. Dabei stellt sich heraus, dass sowohl die Beiträge über die Bundeskanzlerin, wie auch über Kate Middleton meistens im ersten Sektor zwischen 1-5000 Wörtern und Zeichen verfasst sind. Nur vier Artikel in Bezug auf Kate Middleton wurden im zweiten Sektor, welcher zwischen 5001-10000 Wörtern und Zeichen auffasst veröffentlicht.

Daraus lässt sich schließen, dass sich ein ähnliches Bild darstellt, wie bereits auf bild.de. Die publizierten Beiträge haben zu einer hohen Wahrscheinlichkeit einen Umfang von bis zu 5000 Wörtern und Zeichen. Anhand dieses Diagrammes lässt sich die dritte Hypothese bestätigen. Die Darstellung beider Frauen erfolgt meistens im gleichen Sektor. Es gibt kein Anzeichen dafür, dass trotz des großen Interesses an der royalen Hochzeit Beiträge in einem größeren Textumfang erscheinen. Somit kann bezogen auf die Online Seite der Bunte die dritte Hypothese bestätigt werden.

5.4 spiegel.de

Meine Vorüberlegungen für diese Arbeit waren aufzuzeigen, dass es auch in der heutigen Zeit noch große Differenzen in der Berichterstattung in Bezug auf Frauen und ihre

Rolle in den Medien gibt. Gudrun-Axeli Knapp äußerte 1995 kritisch zu den Verhältnissen der Geschlechter in den Medien: "Die Thematisierung des Geschlechterverhältnisses eröffnet den Blick auf die Hierarchisierung von „Weiblichkeit“ und „Männlichkeit“: Diese beiden Kategorien stehen nicht einfach gleichberechtigt nebeneinander, sondern befinden sich stets in einer ungleichgewichtigen, hierarchischen Anordnung. Damit geht es um die Frage von Machtverhältnissen, denn das überlegene Geschlecht hat Definitionsmacht: Diesem fällt damit die Rolle des Differenz-Verstärkers zu, weil an der Sichtbarkeit der Differenz auch die Aufrechterhaltung des Statusunterschiedes hängt."³³

Um sowohl die Aussage von Knapp wie auch Hypothese 1 belegen oder widerlegen zu können, wird im nächsten Abschnitt die Online Seite des Spiegels näher untersucht. Um ein endgültiges Fazit ziehen zu können, wird im nachfolgenden Diagramm betrachtet, wie das Verhältnis der Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen beider Hauptpersonen im April auf spiegel.de aussieht.

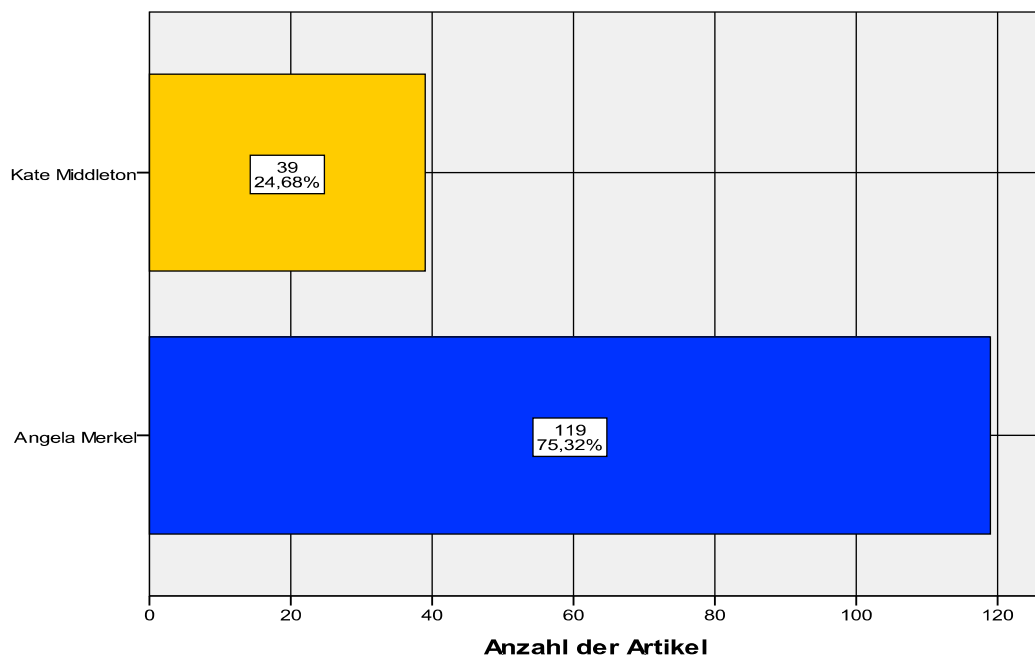


Abbildung 7: Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf spiegel.de

Es ist deutlich zu erkennen, dass auch beim Spiegel eine Person mehr thematisiert wird. Jedoch liegt das Hauptaugenmerk diesmal auf Angela Merkel und grenzt sich somit entschieden von den zwei zuvor analysierten Medienseiten ab. Mit insgesamt 119 veröffentlichten Artikeln im April besitzt die deutsche Kanzlerin einen prozentualen Satz

33 Gudrun-Axeli Knapp, 1995: 163 – 194

von 75,32% gegenüber der Berichterstattung von Kate Middleton, welche mit 39 Artikeln auf 24,68% kommt.

Der enorme Wechsel der medialen Aufmerksamkeiten im Vergleich zu bild.de und bunte.de ist darin zu suchen, dass der Spiegel seinen Schwerpunkt auf Politik und Wirtschaft richtet. Wie bereits bei der Vorstellung von Spiegel erwähnt (siehe Punkt 3.3.), ist das Nachrichtenmagazin eines der erfolgreichsten überhaupt in Deutschland und besitzt eine große Leserschaft, die sich für politische und wirtschaftliche Abläufe interessieren. Der Unterhaltungsbereich beim Spiegel ist daher eher als Neben- statt Schwerpunkt einzuordnen.

Insgesamt betrachtet ist festzuhalten, dass trotz der großen öffentlichen Aufmerksamkeit in Bezug auf die Hochzeit die Online Seite des Spiegels sich zu diesem Thema eher zurückhält. Nationale wie internationale Themen in Verbindung mit Angela Merkel werden häufiger publiziert. Bezogen auf spiegel.de lässt sich die 1 Hypothese nicht bestätigen.

Im nächsten Schritt wird untersucht, inwieweit der Verlauf von Angela Merkel und Kate Middleton sich im April voneinander unterscheiden. Zur Untersuchung wurde folgende Grafik erstellt:

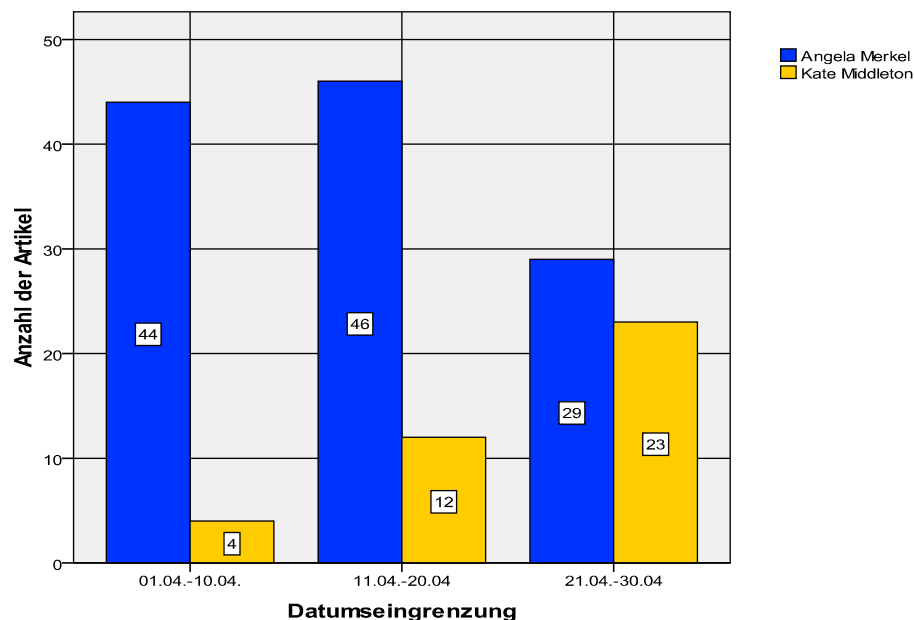


Abbildung 8: Verlauf der Erwähnungen von A. Merkel und K. Middleton auf spiegel.de

Betrachtet man die ‚blauen‘ Balken, welche den Verlauf der Artikel über Angela Merkel darstellen, so wird deutlich, dass zu Beginn des Monats sowie in der Mitte die meiste

Berichterstattung stattfindet mit 44 beziehungsweise 46 Artikeln. Mit diesem minimalen Unterschied von zwei Artikeln hielt sich die Anzahl auf demselben Niveau. Ein Fall ist jedoch im dritten Sektor zu verzeichnen. Zwischen dem 21. und 30. April sinkt die Anzahl an Beiträgen auf 29. Trotz dieser Absenkung im letzten Bereich bleibt die Berichterstattung über Angela Merkel in allen drei Sektoren immer höher wie von Kate Middleton. Die ‚orangen‘ Balken besitzen im Gegensatz zu den ‚blauen‘ Balken einen geringeren Umfang, verzeichnen jedoch von Sektor zu Sektor einen höheren Zuwachs. Dieser Zuwachs ist mit der immer näher rückenden Trauung zu erklären, die somit Schritt für Schritt mehr Aufmerksamkeit auf spiegel.de erfährt und am Ende des Monats mit Specials zur Hochzeit³⁴ auf der Seite ausgestattet ist. Trotz des rapiden Anstiegs der Berichte über Kate Middleton ist zu erkennen, dass es zu keiner Schwerpunktverschiebung in Richtung Unterhaltungsbereich kommt. Trotz der hohen medialen Aufmerksamkeit bleibt die Berichterstattung auf spiegel.de in einem ‚geordneten‘ Maß und konzentriert sich auf die inhaltlichen Schwerpunkte Politik und Wirtschaft.

Um letztendlich die dritte Hypothese bewerten zu können, werden auch die Daten von spiegel.de codiert und ausgewertet, um ein Diagramm zu erstellen, welches den Umfang der Beiträge über beide Frauen darstellt.

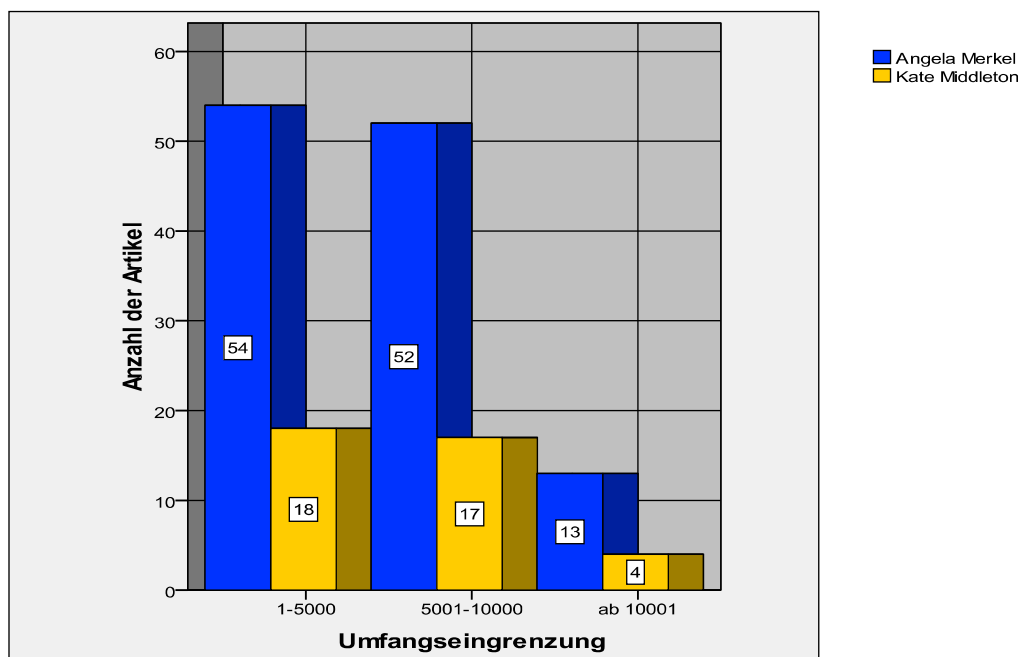


Abbildung 9: Umfang der Beiträge über A. Merkel und K. Middleton auf spiegel.de

34 Vgl. „Nicht einmal Spiegel Online kann sich dem Spektakel entziehen. Der Vermarkter Quality Channel preist ein Multimedia- Spezial an, das in die Rubrik "Panorama" eingebunden wird. Das Extra läuft vom 25. April bis 1. Mai [...]“, <http://www.sueddeutsche.de/medien/wv-quotenbringer-william-und-kate-medien-hype-um-traumhochzeit-1.1076097-3>

Auch in Abbildung 9 geht es darum zu untersuchen, in welchem Bereich die meisten Artikel verfasst sind.

Dabei ist klar zu erkennen, dass zwei Sektoren gegenüber dem dritten deutlich hervorstechen. Sowohl im Bereich von 1-5000 Wörtern und Zeichen wie auch von 5001-10000 Wörtern und Zeichen sind die meisten Beiträge über Angela Merkel und Kate Middleton verfasst. Im Vergleich zu den anderen Medien ist der Anteil an Artikeln im zweiten Sektor sehr hoch. Grund dafür ist, dass der Spiegel für seine vielfältigen Hintergrundberichte oder Reportagen bekannt ist und diese in einem größeren Umfang verarbeiten (siehe 3.3.).

Der dritte Bereich fällt gegenüber den anderen beiden deutlich ab. In diesem Bereich gibt es inhaltlich eine Anzahl an Beiträgen über beispielsweise das nationale Thema ‚Atomausstieg‘³⁵ in Verbindung mit der Funktion von Angela Merkel, welches oft und detailliert auf der Seite erläutert wird und somit den Schwerpunkt der Online Seite untermauert. Dagegen werden von Kate Middleton im Bereich ab 10001 Wörter und Zeichen erst zum Ende des Monats umfangreiche Beiträge veröffentlicht, die im Zusammenhang mit der Trauung oder der Nachberichterstattung stehen³⁶.

Auch auf der Online Seite von Spiegel ist somit kein großer Unterschied im Bereich der Artikelumfänge zu erkennen. Somit kann Hypothese 3 bestätigt werden.

5.5 Zusammenfassung

Drei Hypothesen wurden vor Beginn der Themenfrequenzanalyse aufgestellt und anhand der Onlineauftritte der Bild, Bunte und des Spiegels untersucht. Zusammenfassend möchte ich nun noch einmal aufführen, ob sich die aufgestellten Hypothesen belegen oder widerlegen lassen.

Hypothese 1:

Die Anzahl der Beiträge über Kate Middleton ist höher, wie die von Angela Merkel auf den einzelnen Online Seiten.

Die These bestätigt sich nur zum Teil. Bei zwei der drei ausgewählten Onlinemedien gibt es einen enormen Unterschied bei der Anzahl an Artikeln über Kate Middleton. Sowohl auf bild.de mit einem prozentualen Wert von 60,99% wie auch auf bunte.de mit ei-

35 Vgl. <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-78076143.html>

36 Vgl. <http://www.spiegel.de/panorama/0,1518,759728,00.html>

nem Wert von 95,05% ist die Berichterstattung höher ausgefallen wie die bei Angela Merkel. Hypothese 1 bestätigt sich somit auf den beiden analysierten Online Seiten.

Jedoch zeigt sich dieses Bild nicht auf der Online Seite des Spiegel wider. Hier werden im April fast dreimal so viele Artikel mit einer Erwähnung über die Kanzlerin verfasst wie über Kate Middleton. Somit wird Hypothese 1 aufgrund der analysierten Daten von spiegel.de widerlegt.

Da eine eindeutige Aussage anhand der Einzelauswertungen nicht getroffen werden kann, werde ich dieses Merkmal noch einmal in seiner Gesamtheit, unabhängig von dem jeweiligen Medium aus. Die Analyse zeigt, dass 53,61% der analysierten Beiträge in Verbindung mit Kate Middleton stehen. Die restlichen 46,39% an Artikeln sind über Angela Merkel. Hypothese 1 kann somit bestätigt werden.

Hypothese 2:

Die Anzahl der Beiträge über Kate Middleton nimmt im Laufe des Monats zu, dagegen bleiben die von Angela Merkel auf demselben Niveau.

Die Untersuchung dieser Hypothese hat sehr unterschiedliche Ergebnisse hervorgebracht.

Betrachtet man den Verlauf von Kate Middleton im Laufe des Monats auf allen drei Online Seiten, so bestätigt sich die These. Sowohl auf bild-, bunte- und spiegel.de nimmt die Berichterstattung von Woche zu Woche zu. Der Höhepunkt an publizierten Artikeln wird zum Ende des Monats aufgrund der stattfindenden Hochzeit erreicht.

Der Verlauf von Angela Merkel im Monat April ist differenziert zu betrachten. Auf der Online Seite der Bild ist ein kontinuierliches Niveau an veröffentlichten Artikeln zu erkennen, jedoch kommt es dagegen beim Spiegel zu Schwankungen im Verlauf der Berichterstattung. Die erschienenen Artikel auf bunte.de ließen keine Wertung im Bereich Verlauf zu, da die Anzahl für eine Interpretation zu gering war. Somit bestätigt sich Hypothese 2 im Falle von Angela Merkel nicht.

Wie bereits bei Hypothese 1 kann keine eindeutige Aussage getroffen werden. Auch dieses Merkmal werde ich in seiner Gesamtheit unabhängig von dem jeweiligen Medium aus. Die Analyse zeigt beim Verlauf der Artikel von Kate Middleton eine kontinuierliche Steigerung auf. Im ersten Sektor erscheinen insgesamt 25 Beiträge. Im zweiten waren es bereits 46 und im letzten wurden 152 Artikel veröffentlicht.

Der Verlauf von Angela Merkel zeigt im ersten Bereich eine Anzahl von 71 Artikeln. Fast genauso viele mit 75 Beiträgen wurden zwischen dem 11. und 20. April verfasst.

Jedoch wird im dritten Bereich ein Abfall auf 47 Artikel sichtbar. Somit ist der Verlauf der Erwähnungen nicht stetig auf einem ähnlichen Niveau, sondern erfährt zum Ende des Monats hin eine Absenkung. Hypothese 2 ist somit nicht bestätigt.

Hypothese 3:

Die Artikelumfänge über Kate Middleton und Angela Merkel weisen keine großen Unterschiede auf.

Diese These trifft auf alle drei Online Seiten zu. Die meisten Artikel von Angela Merkel und Kate Middleton wurden in einem Umfang bis zu 5000 Wörtern und Zeichen verfasst. Hypothese 3 ist somit bestätigt.

6 Inhaltsanalyse

6.1 Methodik zur Inhaltsanalyse

Um die Unterschiede der Berichterstattung zwischen Angela Merkel und Kate Middleton in Bezug auf die Rolle der Frau in den Medien darstellen zu können, wurde die Methode der Inhaltsanalyse gewählt. Die Inhaltsanalyse ist laut Werner Fröh „eine empirische Methode zur systematischen, intersubjektiv nachvollziehbaren Beschreibung inhaltlicher und formaler Merkmale von Mitteilungen, meist mit dem Ziel einer darauf gestützten interpretativen Inferenz auf mitteilungsexterne Sachverhalte“³⁷.

Gerichtet auf diese Arbeit bedeutet die Inhaltsanalyse, dass ich sowohl den Inhalt wie auch die formalen Merkmale untersuchen und anhand der ausgewerteten Daten analysieren werde. Ziel dieser Untersuchung ist festzustellen welches Image sowohl Angela Merkel wie auch Kate Middleton durch die Berichterstattung der Medien erhalten. Karriere- oder Hausfrau, welcher Eindruck wird durch Titelbilder, Darstellungsformen und Wertungen in Beiträgen erzeugt?

Um ein repräsentatives Ergebnis über das Image beider Frauen zu erhalten, werden die Daten beider Frauen einzeln in drei unterschiedlichen Kategorien in Bezug auf die Gestaltung des Frauenbildes in den Medien analysiert und auf die Belegung oder Widerlegung der aufgestellten Hypothesen untersucht. Diese Unterteilung erfolgt in den Kategorien Titelbilder, Darstellungsformen und Themen sowie Stellenwert in der Berichterstattung.

Titelbilder

Titelbilder werden oft als Stütze und gleichzeitiges Beweismaterial des Artikels verwendet. Diese sollen den Inhalt der Beiträge in den Medien unterstützen. Das eine dargestellte Person auf einem Foto mehr ausdrückt als gedacht, weiß Gitta Mühlen-Achs: "Medium und Instrument der Körpersprache ist der Körper. Er ist Teil beider im Genderisierungsprozeß ideologisch miteinander zu verknüpfenden Ordnungen: der Ordnung des Realen und der Ordnung des Symbolischen. Er ist gleichsam der Ort, an dem gesellschaftliche Ideologien und persönliche Identität miteinander verschmelzen. Seine

³⁷ Werner Fröh, 2007: S. 27

Form und seine Bewegungen, die Art wie wir sitzen, stehen, gehen, jede noch so schlichte Alltagshandlung ist nicht nur von funktionaler Bedeutung, sondern kann immer auch symbolisch gelesen werden. Als Zeichen, das eine bestimmte Idee reflektiert, das Element eines ideologischen Konzeptes [...]”³⁸ Um dieses Merkmal überprüfen zu können, werden alle Beiträge von Kate Middleton und Angela Merkel ausgewählt, die im Zusammenhang mit der Darstellung auf Fotos stehen.

Darstellungsformen und Themen

Es gibt viele journalistische Darstellungsformen, von kurzen wie Meldungen oder Nachrichten bis hin zu großen Reportagen und Interviews. Wie klein oder wie groß ein Artikel gehalten wird, ist meistens durch das zu bearbeitende Thema bestimmt. Um herauszufinden, welche Darstellungsform die Beiträge über Angela Merkel und Kate Middleton meist aufweisen und mit welchen Themen diese im Monat April am meistens vertreten sind, werden alle Artikel analysiert, welche Rückschlüsse auf diese beiden Merkmale zulassen.

Stellenwert in der Berichterstattung

Oft wird ein Image einer Person dadurch geformt, in welchem Licht diese in Beiträgen dargestellt wird. Auch der Stellenwert in Artikeln kann helfen, ein Image aufzubauen oder im negativen Sinne zu zerstören. Um analysieren zu können, ob die Berichterstattung über beide Frauen tendenziell eher positiv oder negativ verläuft und welchen Stellenwert sie am häufigsten in den Beiträgen einnehmen, werden alle Artikel analysiert, die Aufschluss über dieses Merkmal geben.

Wie bereits bei der Themenfrequenzanalyse ist auch für die Inhaltsanalyse ein festgelegtes Codebuch notwendig, um die Daten ordnungsgemäß auswerten zu können. Zuerst wird festgehalten, aus welchem Medium der Beitrag stammt. Alle drei aufgeführten Online Seiten haben eine festgelegte Zahl. Die Online Seite der Bild wird mit 1 codiert. Bunte.de erhält die 2 und spiegel.de die 3. Danach wird das Erscheinungsdatum festgehalten. Dabei wird nicht nur im Allgemeinen das Datum des Beitrages codiert, sondern gleichzeitig eine Datumseingrenzung festgelegt. Insgesamt werden hierfür drei Bereiche erstellt. Der erste liegt zwischen dem 1. und 10. April und wird mit 1 codiert. Der zweite Bereich zwischen dem 11. und 20. April bekommt die 2. Der dritte Bereich, vom 21. bis 30. April erhält die 3. Um eine Abgrenzung der Personen zu erhalten, wird Angela Merkel mit 1 und Kate Middleton mit 2 versehen.

38 Gitta Mühlen-Achs, 2003: S. 13-37

Für eine Feststellung in Bezug auf die Einordnung der Beiträge in Rubriken werden fünf Unterteilungen vorgenommen. 1 steht für Politik, 2 = Wirtschaft, 3 = Unterhaltung, 4 = andere Rubrik und die 5 steht für sonstiges. Die Rubrikeinordnung und die journalistische Darstellungsform der Beiträge sind für diese Arbeit eng miteinander verbunden. Daher kommt es zu folgender Aufteilung der Darstellungsformen: 1 = Meldung/Nachricht, 2 = Bericht, 3 = Leitartikel, 4 = Kommentar/ Glosse, 5 = Interview, 6 = Hintergrundbericht/Reportage/ Feature, 7 = Portrait, 8 = sonstige, 9 = unklar. Ergänzend zu Punkt 9 ist zu sagen, dass Artikel, die nicht eindeutig bestimmbar in ihrer Darstellungsform sind, automatisch zu ‚sonstiges‘ zugeordnet werden.

Als nächster Punkt erfolgt die Codierung der Fotos zu den Artikeln. Hier ist ergänzend zu sagen, dass mit Fotos immer das Titelbild des Beitrages gemeint ist. Keinerlei Erwähnung finden in dieser Kategorie im Artikel zusätzliche Fotogalerien oder kleinere Aufnahmen einer Person. Dabei wird unterteilt in: 0 = kein Foto vorhanden, 1 = Foto vorhanden, 2 = Abbildung → Grafik, Tabelle vorhanden, 3 = Karikatur, 4 = mehrere Illustrationstypen (Bsp.: Foto und Grafik) und 5 = Video Link vorhanden. Zu ergänzen ist, dass bei Beiträgen ohne Bild gleichzeitig die Kategorien Vollständigkeit der Personen auf Fotos, Darstellung auf Fotos, Stimmungen auf Fotos sowie Bild = Thema nicht beachtet werden. Auch ist zu sagen, dass Fotos ignoriert worden sind, wo weder Kate Middleton noch Angela Merkel zu sehen waren. Bei diesem Fall kommt es ebenso zu keiner Berücksichtigung der Merkmale: ‚Vollständigkeit der Abbildungen‘, ‚Darstellung beider Frauen auf Fotos‘ sowie ‚Stimmungen‘.

Das nächste Merkmal welches verschlüsselt wird, ist die Darstellung von Kate Middleton und Angela Merkel auf den Titelbildern. Werden sie als Einzelperson gezeigt, so wird dies mit 1 codiert. Die 2 wird vergeben, wenn die Frauen nicht allein, sondern mit jemanden oder mehreren Personen zusammen abgelichtet sind.

Der nächste Schritt besteht darin, die Stimmungen von Angela Merkel und Kate Middleton auf den vorhandenen Fotos zu analysieren. Dabei kommt es zur folgenden Unterteilung: 1 = ängstlich, 2 = besorgt, 3 = konzentriert, 4 = glücklich, 5 = irritiert, 6 = ruhig, 7 = selbstbewusst, 8 = traurig, 9 = zornig, 10 = angespannt und 11 = unklar. Bei dieser Unterteilung sei anzumerken, dass auf einen Artikel mehrere Antworten möglich sind.

Ein enorm wichtiger Punkt für die Untersuchung, ist die Codierung der behandelten Themen in den Beiträgen beider Frauen. Die folgende Auflistung zeigt von 0-21 die häufigsten angesprochenen Themen von Kate Middleton im April. Ab 22 werden die Themen von Angela Merkel aufgelistet. Dabei ergibt sich folgendes Bild:

Kate Middleton	Angela Merkel
0 = Gewicht	22 = Angela Merkel + Westerwelle
1 = sonstiges	23 = Operation Merkel
2 = Hochzeitsschmuck	24 = Atom-Ausstieg
3 = Vergangenheit	25 = DFB-Team der Frauen
4 = Hochzeitskleid	26 = Energiepolitik
5 = Hochzeit allgemein	27 = Hannover Messe
6 = Sicherheit	28 = Philipp Rösler
7 = Künstler	29 = Terminkalender
8 = Gäste sowie „Zaungäste“	30 = Gutenberg
9 = Hochzeitsreise	31 = Diesel-Steuersatz
10 = Prinz William	32 = Royals
11 = Kleidung	33 = Nahost-Friedensprozess
12 = Prinz Harry	34 = soziale Projekte
13 = Verwandtschaft	35 = Kleidung
14 = Westminster Abbey	36 = Pkw-Maut
15 = Rolls Royal	37 = „Time“-Liste
16 = Queen	38 = Inlandspolitik
17 = Hochzeitsprogramm	39 = Westerwelle
18 = Prinzessin Diana	40 = sonstige
19 = Hochzeitskuss	
20 = Party	
21 = Pippa Middleton	

Tabelle 2: Auflistung Themen

Erläuternd zu Punkt 5 ist zu sagen, dass die meisten Beiträge von der royalen Hochzeit handeln. Jedoch wäre dieser Punkt zu allgemein für eine Auswertung ausgefallen, so dass dieses Thema nicht nur allgemein definiert worden ist, sondern wichtige angesprochene Themen in den Artikeln ebenfalls codiert worden sind, um so eine repräsentative Untersuchung durchführen zu können.

Das nächste Merkmal ist der Stellenwert von Kate Middleton und Angela Merkel in den Beiträgen. Berücksichtigt wird dabei, dass beide einzelne Merkmalscodierungen erhalten haben. Zuerst wird der Stellenwert von Kate Middleton untersucht. Dabei ergibt sich: 1 = Kate Middleton ist das Hauptthema, 2 = Kate Middleton ist Nebenthema, 3 = Kate Middleton wird nur genannt und 4 = unklar. Dasselbe Schema erhält Angela Merkel im nächsten Merkmal.

Als letztes wurde das Merkmal der Bewertungen beider Frauen in den Artikeln verschlüsselt. Ebenfalls wie beim Stellenwert, erhielten Kate Middleton und Angela Merkel einzelne Merkmalscodierungen. Dabei entstand folgende Unterteilung: 0 = keine Bewertung, 1 = positive Bewertung, 2 = sowohl positive wie auch negative Bewertung, 3 = negative Bewertung und 4 = unklar.

All diese verschlüsselten Merkmale ergeben die folgende Tabelle der Inhaltsanalyse.

Medium	Datumseingrenzung	Datum	Person	Rubrik	Darstellungsform
Fotos	Darstellung auf Fotos	Stimmung	Stimmung 2	Stimmung 3	Stimmung 4
Stimmung 5	Thema	Thema 2	Thema 3	Thema 4	Stellenwert Middleton
Stellenwert Merkel	Bewertung Middleton	Bewertung Merkel			

Tabelle 3: Mustertabelle 2

Abschließend zu dieser Tabelle ist zu sagen, dass sowohl die Inhaltsanalyse von Kate Middleton, wie auch von Angela Merkel auf dieser angefertigten Tabelle beruhen.

Durch die gerade beschriebenen Merkmalscodierungen sollen folgende Hypothesen entweder bestätigt oder widerlegt werden:

Kate Middleton:Hypothese 1:

Kate Middleton wird auf Titelbildern tendenziell in einem positiven Licht dargestellt und weist Eindrücke des Frauenbildes früherer Zeiten auf.

Hypothese 2:

Anzeichen zur Rolle der Frau früherer Zeiten, spiegeln sich in Themen und Darstellungsformen der Beiträge wider.

Hypothese 3:

Verhältnismäßig oft ist Kate Middleton Hauptperson in Beiträgen und wird häufiger positiv als negativ bewertet.

Angela Merkel:Hypothese 1:

Angela Merkel wird auf Titelbildern tendenziell in einem negativen Licht dargestellt und weist häufige Eindrücke zum modernen Frauenbild auf.

Hypothese 2:

In Themen und Darstellungsformen spiegelt sich das Frauenbild ‚Karrierefrau‘ von heute wider.

Hypothese 3:

Tendenziell gering liegt der Stellenwert Angela Merkels als Hauptperson in Beiträgen und wird in der Berichterstattung dabei häufiger negativ bewertet.

6.2 Kate Middleton

6.2.1 Titelbilder

Zu Beginn meiner Inhaltsanalyse möchte ich zuerst die Häufigkeitsverteilung des Merkmals ‚Fotos‘ darauf untersuchen, ob bei der Berichterstattung über Kate Middleton immer mit Bildern gearbeitet worden ist. Zu diesem Zweck wurde folgendes Diagramm erstellt.

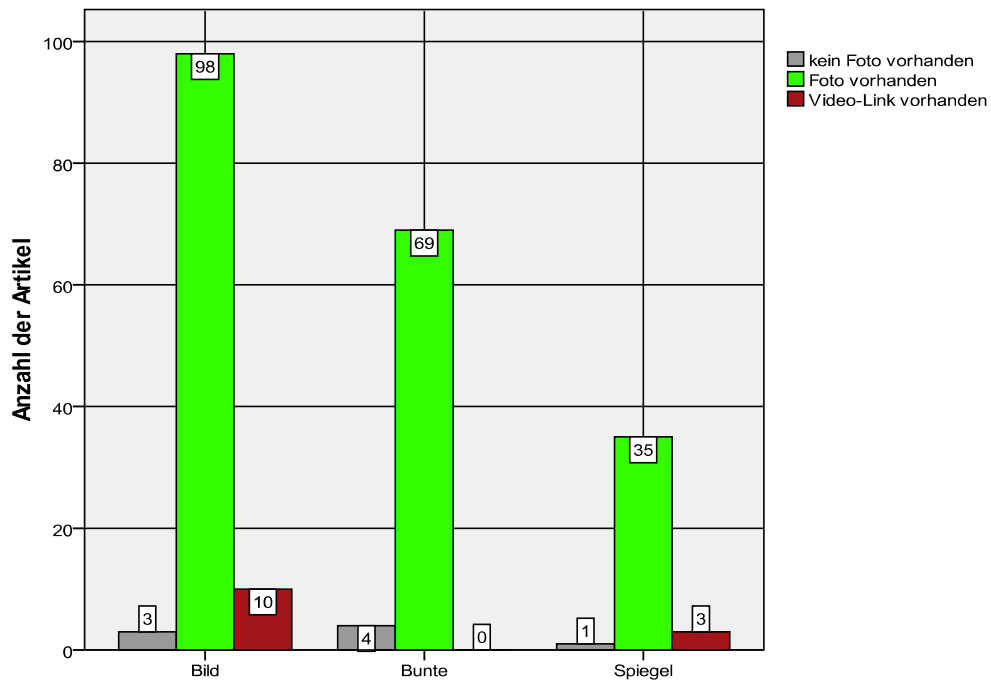


Abbildung 10: Häufigkeitsverteilung von Titelbildern in Beiträgen

Die Abbildung zeigt allgemein auf, wie hoch die Anzahl an Beiträgen mit einem Foto in den ausgewählten Medien ist. Anhand der Grafik ist auf den ersten Blick zu erkennen, dass fast in jeden Beitrag mit einem Foto gearbeitet worden ist. Betrachtet man die Verhältnisse auf bild.de so ist deutlich zu erkennen, dass fast alle veröffentlichten Beiträge (insgesamt 98) mit einem Foto ausgestattet waren. Gerade einmal drei Artikel enthielten kein Titelbild und lassen darauf schließen, dass diese Artikel und deren Inhalt mehr als ‚Lückenfüller‘ anzusehen sind und somit keine hohe Relevanz präsentieren. Dieser Rückschluss ist damit zu begründen, dass die Bild-Zeitung für ihre großflächigen Bilder bekannt ist, um Themen mit passenden Bildern zu untermauern. Der ‚rote‘ Balken steht für einen Video-Link, der anstatt eines Titelbildes den Artikel beginnt. Auf bild.de werden im Monat April insgesamt zehn Video-Links als Titelbildersatz verwendet. Diese Anzahl ist damit zu erklären, dass man in Bezug auf die kommende royale Hochzeit, Zusammenschnitte von vergangenen Trauungen als Einspieler präsentiert und somit die Rezipienten auf das Ereignis einstimmt.

Eine ähnliche Aussage zeichnet sich auf der Online Seite der Bunte ab. Fast ausschließlich wurden 69 von insgesamt 73 Artikeln mit einem Foto publiziert. Gerade einmal vier Beiträge enthielten keine Abbildung. Diese einzelnen Artikel sind als kurze Meldungen veröffentlicht worden und wie bei der Bild bereits erwähnt, eher als

„Lückenfüller“ anzusehen. Die Illustrierte Bunte publizierte im April keinerlei Videos als Titelbildersatz in Bezug auf Themen mit Kate Middleton.

Der Onlineauftritt des Nachrichtenmagazins des Spiegel besitzt ebenfalls in den meisten Beiträgen Fotos zum besseren Verständnis für die Leserschaft. Gerade einmal ein einziger Beitrag ist nicht mit einem Bild berücksichtigt. Da auf spiegel.de wie auch bei den anderen beiden Online Seiten viel mit Bildern gearbeitet wird, ist der einzelne dadurch erklärbar, dass die Wichtigkeit des Beitrages so gering ausfiel, dass ein Foto nicht vonnöten ist. Drei Video-Links sind vom 1. bis 30. April auf der Seite zu finden. Diese Links dienen wie bereits auf bild.de zur Einstimmung auf die kommende Hochzeit.

Was sehr auffällig ist bei der vorhandenen Grafik, ist das nicht vorhanden sein von Abbildungen, Karikaturen und mehreren Illustrationstypen (Beispiel: Foto und Grafik). Diese Merkmale werden im gesamten April über in der Berichterstattung über Kate Middleton nicht benutzt. Grund für diese „Ignorieren“ ist darin zu sehen, dass Kate Middleton als Objekt von Karikaturen keinen Grund darbietet. Karikaturen werden meist im politischen Raum verwendet. Jedoch ist darauf zu achten, dass es unterschiedliche Formen der Karikatur gibt: "Jede Zeitung und Illustrierte ist voll von Zeichnungen, die die Leser zum Lachen bringen wollen: Politiker werden aufs Korn genommen, Witze werden illustriert. Allerdings ist nicht jede lustige Zeichnung eine Karikatur. Obwohl Karikatur und gezeichneter Witz die gleichen Gestaltungsmittel verwenden, unterscheiden sie sich in der Zielrichtung gründlich: Der Witz will in der Regel nichts anderes als unterhalten; die Karikatur dagegen will entlarven, kritisieren, verändern, sie ist die visuelle Form der Satire."³⁹

Dass es zu nicht zu verschiedenen Illustrationstypen im Titelbereich gekommen ist, wird damit erklärt, dass beispielsweise auf allen Online Seiten Tabellen zu bestimmten Themen im Text verarbeitet werden. Dasselbe ist auf die Abbildungen zu beziehen. Wenn Abbildungen zum Artikel vorhanden sind, so werden diese meistens im Text verarbeitet. Somit ist die hohe Anzahl an Beiträgen, wo „nur“ normale Fotos als Titelbild dienen.

Insgesamt ist festzuhalten, dass die Onlinemedien in einem hohen Maße mit Titelbildern arbeiten. Zu erkennen ist dabei, dass das Großereignis „Hochzeit“ eine enorme Wichtigkeit für die Attraktivität der Beiträge besitzt und somit oft abgebildet wird. Zu er-

39 Horst Klaus Berg, 2010: S. 262

gänzen sei zu diesem Diagramm, dass die Gesamtheit an Artikeln zu sehen, jedoch nicht jeder Beitrag im April mit einem Foto von Kate Middleton veröffentlicht worden ist.

Als nächstes möchte ich untersuchen, wie Kate Middleton auf Fotos präsentiert wird. Diese Analyse besitzt eine große Bedeutung, da infolgedessen eine Tendenz des Frauenbildes bezogen auf Kate Middleton analysiert werden kann. Um diese Untersuchung durchführen zu können, ist folgendes Diagramm entstanden.

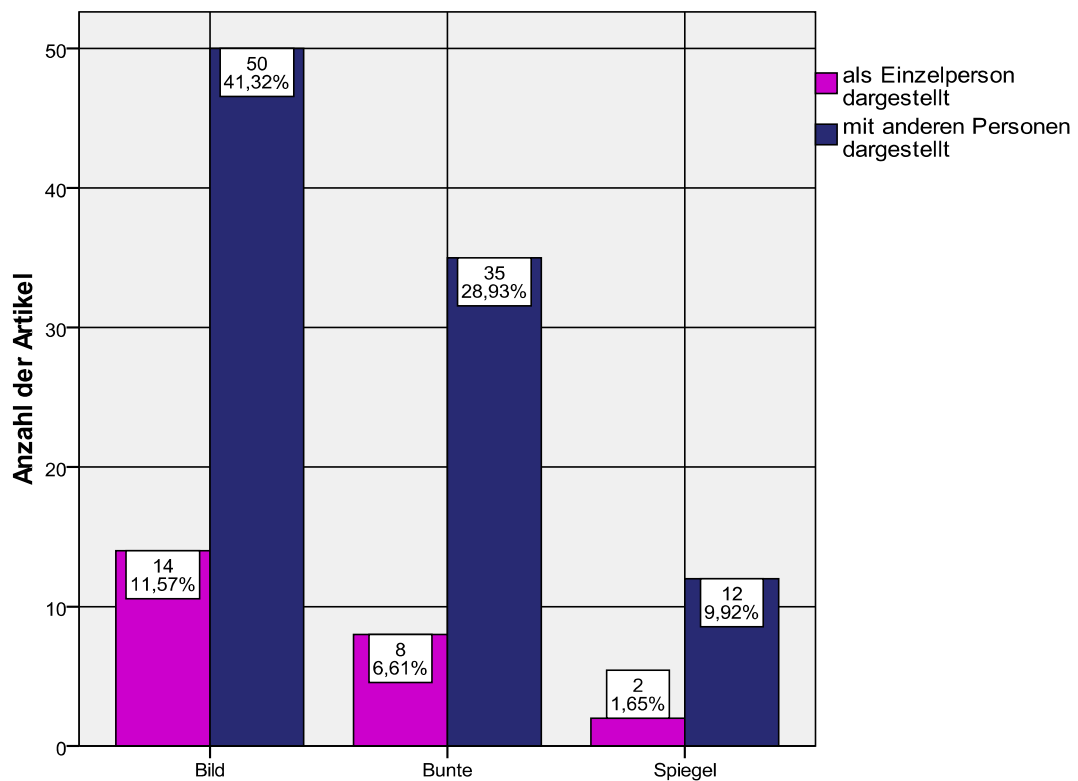


Abbildung 11: Darstellung von K. Middleton auf Titelfildern

Der erste Eindruck des Diagrammes lässt erblicken, dass Kate Middleton auf Fotos häufig mit jemanden anderen oder mehreren Personen dargestellt wird. Sieht man sich die Balken von bild.de genauer an, so ist erkennbar, dass in insgesamt 50 Beiträgen von 64 Kate Middleton auf dem Titelfeld mit anderen Personen abgelichtet ist. Diese Art der Darstellung deutet darauf hin, dass bild.de darauf bedacht ist, ein genaues Profil von dem Großereignis Hochzeit, sowie der Stellung von Kate Middleton bei dieser zu präsentieren. Trotz häufiger Themen, die sich an der Person Kate Middleton orientierten, wird diese häufig auf Bildern in Verbindung mit einer anderen Person dargestellt. Somit erscheint die Person Kate Middleton in den Medien, bezogen auf die Titelfelder in der Rolle der Frau aus früheren Zeiten. Der Grund für diese Sichtweise ist darin zu

suchen, dass das sogenannte Frauenbild von früher häufig in Verbindung mit Heiraten, Kinderkriegen und einer Unterordnung in der Gesellschaft in Verbindung steht. Einer dieser Punkte, nämlich die Unterordnung stellt Kate Middleton erzeugt durch Bilddarstellung für die Leserschaft auf den meisten Titelbildern dar. Sie ordnet sich ‚unter‘ und repräsentiert eine Frauenrolle, die vor vielen Jahren ausgelebt wurde. „Entgegen der vorherrschenden Meinung von Objektivität und Neutralität sind Nachrichten alles andere als geschlechtsneutral, sie konstruieren und repräsentieren eine Männerrealität.“⁴⁰ Die Anzahl an Beiträgen als Einzelperson auf Fotos fällt dabei kaum ins Gewicht und kann keine andere Sichtweise erwirken.

Eine ähnliche Situation spiegelt sich auf der Online Seite der Bunte wider. Von insgesamt 43 Beiträgen wird Kate Middleton in 35 zusammen mit anderen Personen auf Fotos gezeigt. Nur achtmal ist sie als Einzelperson auf Titelbildern zu sehen. Somit bestätigt sich auch in diesem Fall die Vermutung, dass bunte.de darauf bedacht ist, die Hochzeit als Märchen aus längst vergangenen Zeiten veranschaulichen zu wollen. Zu bedeuten hat dies, dass man Kate Middleton als Person in die Rolle der ‚Prinzessin‘ rückt und diese geschützt wird durch ihren ‚Prinzen‘ und dem vorhandenen ‚Hofstaat‘. Auch in diesem Fall bestätigt sich eher der Verdacht, dass bunte.de Kate Middleton in die Rolle der sitzenden Frau von früher durch die Berichterstattung drängt. Das moderne Bild der Karrierefrau von heute ist dabei nicht erkennbar.

Auch die analysierten Merkmale auf spiegel.de lassen kein anderes Bild erkennen. Von 14 Beiträgen ist Kate Middleton gerade einmal in zwei Beiträgen allein dargestellt. Und bestätigt somit die vorangegangenen Ergebnisse der beiden anderen Online Seiten.

Zu ergänzen bei dieser Grafik ist, dass nicht alle Artikel in diesem Diagramm zu finden sind. Grund dafür ist zum einen, dass es Beiträge ohne Foto gibt, die somit keinerlei Bedeutung für dieses Merkmal aufweisen und zum anderen gibt es eine gewisse Anzahl an Beiträgen mit Bildern, wobei auf diesen jedoch nicht Kate Middleton abgebildet ist und somit keine Relevanz bestand diese zu analysieren.

Um Hypothese 1 bestätigen oder widerlegen zu können, wird im nächsten Abschnitt untersucht, welche Stimmung Kate Middleton auf den Fotos zur Schau trägt. Im Vorfeld zu erwähnen ist, dass in der folgenden Grafik nicht alle codierten 223 Artikel Anklang finden. Zu begründen ist dies damit, dass es sowohl Beiträge ohne Bild sowie Beiträge mit Bild jedoch ohne Kate Middleton gibt. Diese Beiträge werden nicht weiter berücksichtigt, da sie keinen Wert für die Untersuchung haben. Jedoch kommt es dazu, dass

40 Andrea Prenner, 1994: S. 152–160

in der folgenden Grafik 261 Daten analysiert worden sind in Hinsicht auf die Stimmungslagen. Diese Anzahl ist durch die Möglichkeit der Mehrfachantworten zustande gekommen. Dadurch ist der Unterschied zwischen codierten Artikeln und analysierten Daten zu erklären.

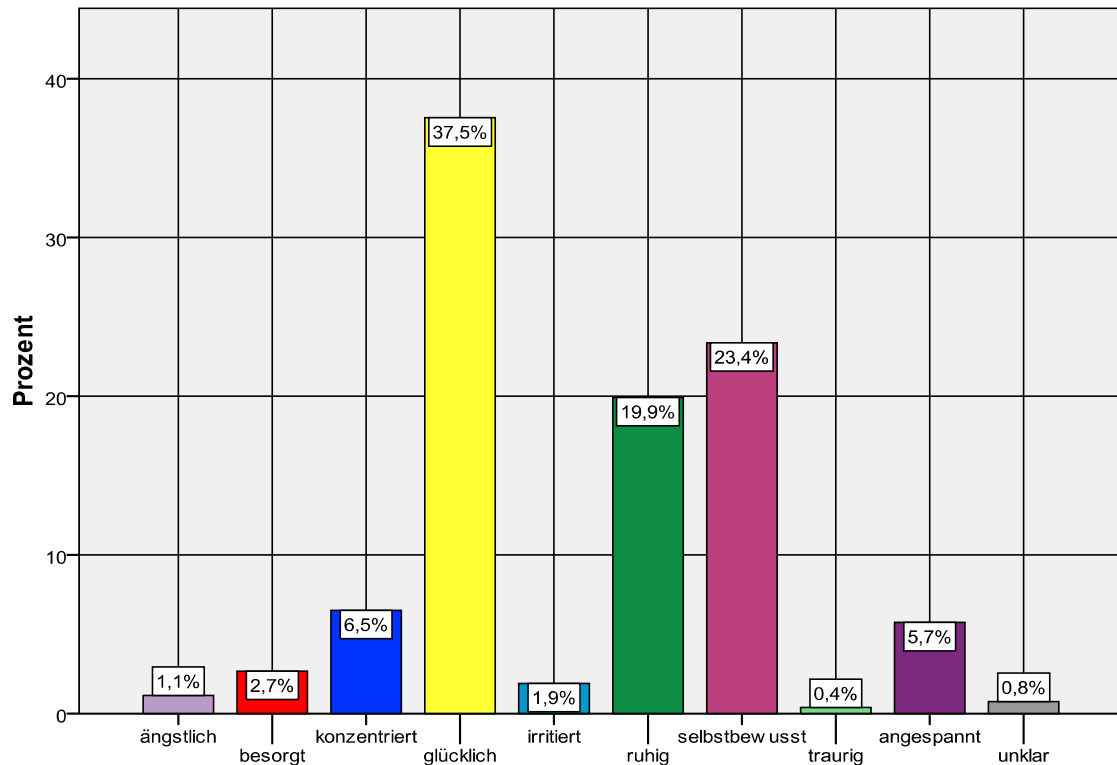


Abbildung 12: Stimmungen K. Middleton auf Titelbildern

In der obigen Grafik sind die Stimmungen von Kate Middleton auf Titelbildern der Online Seiten dargestellt. Auf den ersten Blick erkennt man, dass sie mit 37,5% auf den meisten Fotos als glückliche Frau zu sehen ist. Den zweitstärksten Wert mit 23,4% weist ‚selbstbewusst‘ auf, dicht gefolgt mit 19,9% ‚ruhig‘. Diese drei Adjektive lassen die Vermutung zu, dass Kate Middleton häufig auf Fotos in einem positiven Licht präsentiert wird. Die positive Darstellung ist in Verbindung mit der bevorstehenden Hochzeit, sowie den Tag der Trauung und der Nachberichterstattung zu sehen. Eine Hochzeit ist zumeist ein freudiges Erlebnis, welches in Bezug auf die Online Seiten in einem positiven Licht erscheint.

Insgesamt achten bild-, bunte- und spiegel.de darauf, die Hochzeit in einer für die Leserschaft zustimmenden Form zu präsentieren. Den Blick gerichtet auf das Frauenbild kommt es anhand dieser Grafik zu unterschiedlichen Ergebnissen. Zum einen bestätigt

sich wieder der Verdacht durch die häufige Anzahl an ‚ruhig‘ dass Kate Middleton ein früheres Frauenbild repräsentiert. Jedoch gibt es auf der anderen Seite mit ‚selbstbewusst‘ und ‚fröhlich‘ zwei Adjektive, die sehr wohl in das heutige Frauenbild passen.

Weit abgeschlagen auf den folgenden Plätzen kommen zum einen mit 6,5% ‚konzentriert‘, mit 5,7% ‚angespannt‘ und mit 2,7% folgt ‚besorgt‘. Nur einen sehr geringen Anteil an Prozenten haben ‚ängstlich‘, ‚besorgt‘, ‚irritiert‘, ‚traurig‘ und ‚unklar‘ aufzuweisen. Insgesamt ist festzustellen, dass die Stimmungen Kate Middletons auf den Fotos keine eindeutigen Hinweise auf ihr Image in den Medien widergeben. Somit lässt sich aus diesem Diagramm nur schließen, dass Kate Middleton sehr häufig auf Fotos in einem positiven Licht dargestellt wird.

Fasst man alle gewonnen Eindrücke über die Abbildungen zehn bis 12 zusammen, so wird klar, dass Kate Middleton auf Fotos zumeist positiv dargestellt wird und sich somit Hypothese 1 belegen lässt. Jedoch lässt sich ein Gesamteindruck nicht verwehren, dass sie durch ihre Position in der Öffentlichkeit und der Berichterstattung in ein ‚altes‘ Frauenbild gedrängt wird. Eine endgültige Aussage hierzu wird später im Punkt 7 getroffen.

6.2.2 Darstellungsformen und Themen

Um herauszufinden, welche journalistische Darstellungsformen in den Beiträgen über Kate Middleton am häufigsten genutzt worden sind und in welcher Rubrik die meisten Artikel erscheinen, ist folgendes Diagramm erstellt und untersucht worden:

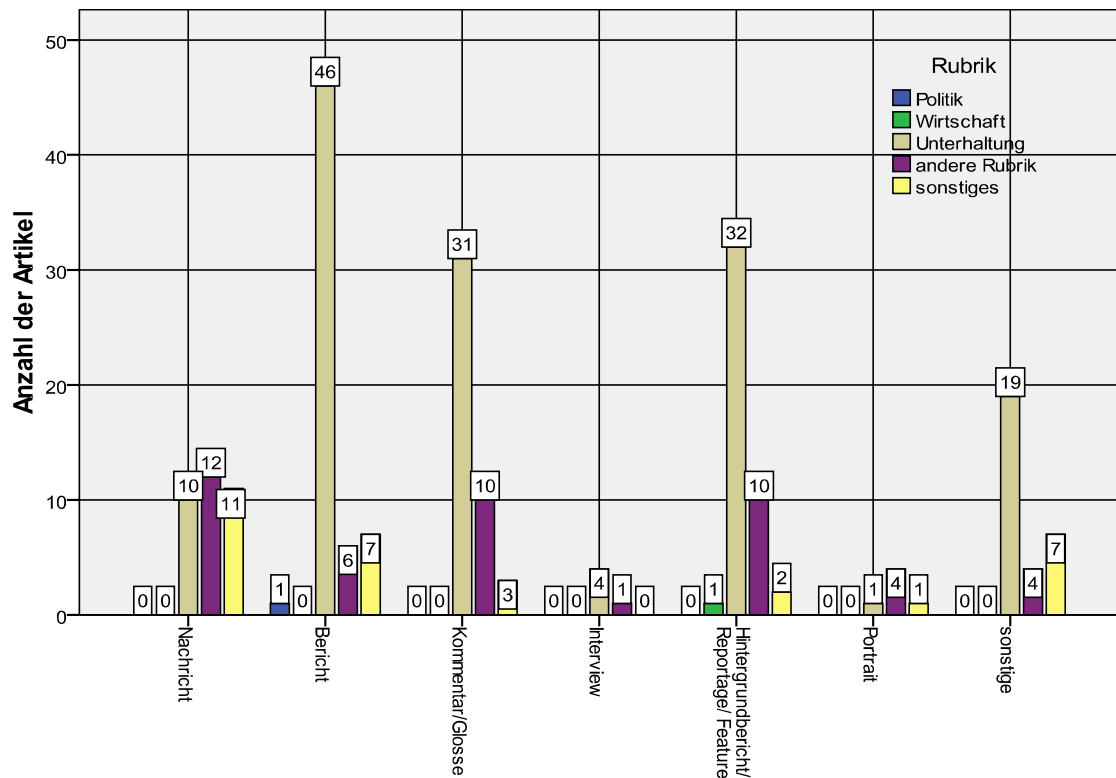


Abbildung 13: Rubrikeinordnung und Darstellungsformen der Beiträge über K. Middleton

Die codierten und untersuchten Daten zeigen auf den ersten Blick an, dass vor allem im Unterhaltungsbereich Artikel über Kate Middleton erscheinen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass eine öffentliche royale Hochzeit eine große weibliche Leserschaft mit sich zieht und somit diese Einordnung vorkommt. Sieht man sich die Rubrik ‚Unterhaltung‘ in der Darstellung genauer an, so ist erkennbar, dass allen voran mit 46 Berichten, diese Darstellungsform am häufigsten genutzt worden ist um Informationen im Zusammenhang mit Kate Middleton preiszugeben. Die ‚Plätze‘ zwei und drei dicht beieinander belegen mit 32 publizierten Beiträgen ‚Hintergrundbericht/Reportage/Feature‘ und mit 31 Beiträgen ‚Kommentar/Glosse‘. Diese Formen lassen darauf schließen, dass im April eine hohe Anzahl an Informationen über die Hochzeit sowie Kate Middleton veröffentlicht worden ist, da ein großes mediales Interesse zu diesem Thema den ganzen Monat über besteht. Alle drei Darstellungsformen lassen einen großen Spielraum an Informationen zu, die ein bestimmtes Image Kate Middletons der Leserschaft gezielt übermitteln können. Weniger zu sehende Formen im April sind im Unterhaltungsbereich ‚Nachricht‘, ‚Portrait‘ und ‚Interview‘. Diese drei kaum vorhandenen Darstellungsformen weisen darauf hin, dass in der Berichterstattung wenige Informationen direkt über die Person Kate Middleton allgemein publiziert worden sind, sondern immer

in Verbindung mit der Trauung. Diese Art der Darstellung zeigt auf, dass die Onlinemedien darauf bedacht sind, Kate Middleton nicht als einzeln stehende unabhängige Frau in den Medien zu präsentieren, die neben der Hochzeit auch andere Lebensinhalte in ihrem Leben besitzt, sondern mit der bevorstehenden Trauung in einer Rolle abzubilden, die dem Frauenbild früherer Zeit (Heiraten, Kinder bekommen und dem Mann gehorsam sein) nahe kommt. Mit 19 Beiträgen der Form ‚sonstiges‘, gibt es in der Rubrik Unterhaltung eine geringe Anzahl an Beiträgen, die außerhalb der aufgeführten Darstellungsformen liegt. Von insgesamt 223 veröffentlichten Beiträgen im April auf bild-, bunte- und spiegel.de werden davon allein 143 Beiträge in der Rubrik ‚Unterhaltung‘ publiziert. Dieser enorm große Anteil zeigt ebenfalls auf, dass sich Kate Middleton als Person des öffentlichen Lebens in Beiträgen vor allem im Unterhaltungsbereich wiederfindet.

Mit 47 Beiträgen stellt der Bereich ‚andere Rubrik‘ die zweitgrößte Anzahl an Artikeln über Kate Middleton. ‚Nachrichten‘, ‚Kommentar/Glosse‘ und ‚Hintergrundbericht/Reportage/Feature‘ werden dabei am häufigsten verwendet. Zu ‚Nachrichten‘ und ‚Kommentar/Glosse‘ ist ergänzend zu sagen, dass Kate Middleton in diesen publizierten Beiträgen kaum den Stellenwert des Hauptthemas einnimmt, sondern sie entweder Nebenthema oder aber nur kurz genannt wird. Der Grund für die ‚Nichtachtung‘ ihrer Person besteht darin, dass diese Beiträge zwar immer in Verbindung mit der Hochzeit stehen, jedoch die Hauptthemen sich beispielsweise auf die Gästeliste beziehen. Auch im Bereich ‚andere Rubrik‘ sind die journalistischen Darstellungsformen ‚Interview‘ und ‚Portrait‘ kaum genutzt. Somit spiegelt sich dasselbe Bild wie bereits im Unterhaltungsbereich wider. Ein Unterschied zwischen beiden Sektoren ist darin zu sehen, dass es nur einen geringen Anteil an Berichten im Bereich ‚andere Rubrik‘ gibt. Dazu ist zu sagen, dass es zu keiner Anhäufung von Berichten kommt, da die Artikelinhalte sich nicht direkt mit Kate Middleton beschäftigen, sondern Hintergrundinformationen zur Hochzeit präsentieren und somit die anderen Darstellungsformen mehr genutzt werden. Vier der insgesamt 47 Beiträge werden in einer anderen journalistischen Form verfasst und der Kategorie ‚sonstige‘ zugeordnet.

Die Rubrik ‚sonstiges‘ steht mit insgesamt 31 Beiträgen an dritter Stelle. Hierzu ist ergänzend zu erwähnen, dass Artikel in diesem Bereich den Namen Kate Middletons zu meist nur erwähnen. Der Grund für die Einordnung in diese Kategorie ist, dass die bearbeiteten Themen nur indirekt mit Kate Middleton oder der Hochzeit etwas zu tun haben. In dieser Rubrik werden Themen behandelt, die aufzeigen, wie sich beispielsweise das englische Volk auf die Hochzeit vorbereitet oder die Stimmung in Deutschland vor diesem Event ist. Wie bereits erwähnt, werden die meisten Beiträge in Nachrichten-

form verfasst, dahinter folgen mit jeweils sieben Darstellungen ‚Bericht‘ und ‚sonstige‘. In einem sehr geringen Maße sind Formen ‚Kommentar/Glosse‘ (dreimal), ‚Portrait‘ (einmal) und ‚Hintergrundbericht/Reportage/Feature‘ (zweimal) benutzt. Keinerlei Erwähnung findet in diesem Bereich das ‚Interview‘. Zusammenfassend für diese Rubrik ist zu sagen, dass es Parallelen zu den anderen zwei bereits erwähnten Kategorien gibt. Auch hier sind Hinweise, dass Kate Middleton nur im Zusammenhang mit der bevorstehenden Hochzeit einen wichtigen Status in der Berichterstattung der Onlinemedien einnimmt. Es erscheint der Eindruck, dass sie als Einzelperson als zu ‚unwichtig‘ empfunden und sie somit immer mit Themen rund um das Großereignis in der Berichterstattung verbunden wird, welches im Gegensatz zur Person einen hohen medialen Wert aufweist.

Betrachtet man nun die letzten beiden Rubriken ‚Politik‘ und ‚Wirtschaft‘, so ist deutlich erkennbar, dass so gut wie keine Beiträge über Kate Middleton in diesen Kategorien vorhanden sind. Mit einem Bericht im Politikbereich und einem im Wirtschaftsbereich ist sichtbar, dass in diesen Kategorien verständlicherweise keinerlei Wichtigkeit in Bezug auf Kate Middleton und die royale Hochzeit besteht.

Noch hinzuzufügen ist, dass in den insgesamt 223 Beiträgen über Kate Middleton nicht einmal die Form des Leitartikels in einer der Rubriken aufgetreten ist. Somit erschien auch keine grafische Darstellung dazu im Diagramm.

Insgesamt gesehen ist deutlich sichtbar, dass die Medien durch ihre Berichterstattung Kate Middleton in einem Licht erscheinen lassen, welches die Ideale der Frauen aus den 50er oder 60er Jahren aufweist. Das heißt, man berichtet über Kate Middleton entweder immer als Verlobte von Prinz William oder der anstehenden beziehungsweise am Ende des Monats durchgeführten Hochzeit. Hier wird erkennbar, dass man Kate Middleton nicht als eine Frau mit einem Studienabschluss, großer Auslandserfahrung und enormen Aktivitäten in Hilfsprojekten auf der ganzen Welt repräsentiert, sondern als eine Frau, die in eine Familie einheiratet, wo an erster Stelle nach der Hochzeit die Sicherung der Erbfolge steht. Somit wird durch diese Grafik zum Teil Hypothese 2 bereits bestätigt.

Um endgültig die zweite Hypothese widerlegen oder bestätigen zu können, werden alle Daten Kate Middletons auf ihre Themeninhalte untersucht. Dabei ist das folgende Diagramm entstanden:

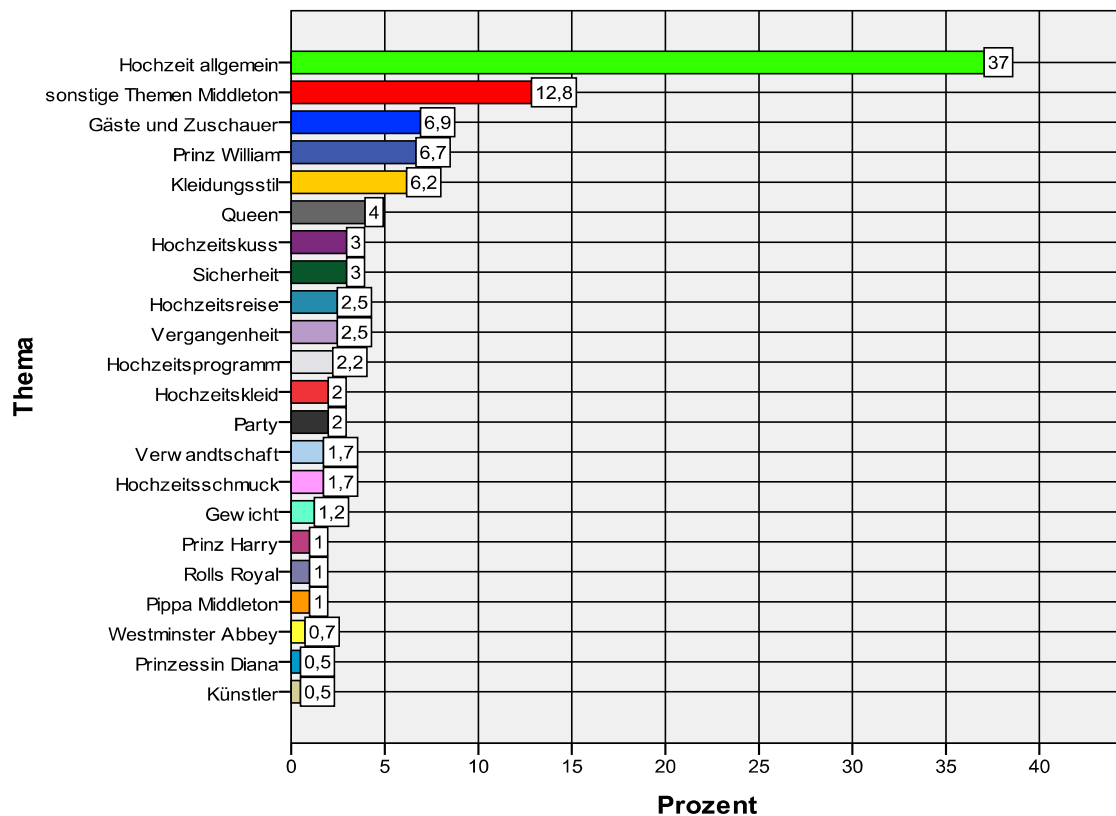


Abbildung 14: Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von Themen

In Abbildung 14 sind alle Themen aufgeführt, die in den Beiträgen im April erschienen sind. Dabei ist zu sehen, dass mit 37% am meisten das Thema ‚Hochzeit allgemein‘ genannt worden ist. Natürlich ist zu berücksichtigen, dass dieser hohe Anteil zustande gekommen ist, da in diesem Monat die Hochzeit stattfand. Auch ergänzend sei noch einmal zu erwähnen, dass bei der Codierung des Merkmals ‚Thema‘ mehrere Antworten möglich waren, um so eine detailliertere Form präsentieren zu können. Mit 12,8% liegt ‚sonstige Themen Middleton‘ auf dem zweiten Platz. In diesen Bereich werden Beiträge sortiert, die nur indirekten Bezug zu Kate Middleton aufweisen wie beispielsweise Umfragen zu der Hochzeit auf den Online Seiten⁴¹. ‚Gäste und Zuschauer‘, ‚Prinz William‘ und ‚Kleidungsstil‘ weisen eine ähnlich hohe Prozentzahl auf. Alle drei Kategorien stehen im Zusammenhang mit der Hochzeit. ‚Kleidungsstil‘ ist außerdem ein markantes Merkmal des Frauenbildes. Kleidung und dessen Aussehen wird oft in Verbindung mit Frauen gebracht und als ein typisches weibliches Merkmal angesehen. Auch hier kommt es wieder zum bekannten Rollenklischee. Bereits die fünf häufigsten Themenschwerpunkte lassen erahnen, dass sich im Hinblick auf die Rolle Kate Middletons in den Medien eine sehr starke Tendenz, wie auch bereits bei den Darstellungs-

41 Vgl. <http://www.bild.de/unterhaltung/royals/hochzeit/wie-gut-kennen-sie-das-royale-traumpaar-17482202.bild.html>

formen erwähnt, erkennen lässt. Vier der angesprochenen fünf Themen sind sogenannte ‚Frauenthemen‘. Allen voran die Vorbereitungen für die Hochzeit werden in den Beiträgen explizit beschrieben, sowie der Tag der Trauung und der Nachberichterstattung. Von enormer Wichtigkeit ebenso ‚Prinz William‘ der Bräutigam und ‚Gäste und Zuschauer‘ um den Rezipienten die Stars der Feier näher zu können. Das Thema ‚Kleidungsstil‘ ist vor allem vor der Hochzeit enorm in den Mittelpunkt gestellt. In den Medien wird Kate Middleton als neue ‚Style‘-Ikone bereits tituliert und weist dabei wieder ein Merkmal der Frauenrolle auf. Auch wenn das Thema ‚Gewicht‘ mit nur 1,2% einen geringen Anteil aufweist, so wird über die Figur von Kate Middleton viel diskutiert.⁴² Sowohl ging es darum, dass sie in den letzten Wochen enorm viel abgenommen hatte und zum anderen schreiben die Medien darüber, dass diese Situation sich negativ auf die künftige Mutterschaft ausüben könnte. Die künftige Mutterschaft von Kate Middleton wird in Beiträgen oft als ein unterschwelliges Thema angesprochen. Dabei geht es darum, dass sie für die zukünftigen königlichen Kinder gesundheitlich fit sein muss, um diese erfolgreich im Leben unterstützen zu können. Außerdem solle sie den Kindern die nötige Fürsorge, Erziehung und Betreuung zukommen lassen können.⁴³ Durch solche inhaltlichen Aussagen und der enormen Wichtigkeit von Kindern in der royalen Familie lässt sich ein veraltetes Frauenbild in der heutigen Zeit eindrucksvoll herausstellen.

Die nachfolgenden Themen spielen in der Berichterstattung eine eher geringere Rolle. Jedoch sei noch einmal erwähnt, dass alle aufgelisteten Themen immer in Verbindung mit der Hochzeit stehen. Das Thema ‚Hochzeit allgemein‘ wurde zur detaillierteren Analyse in Unterthemen aufgelistet. Somit gibt es keine Beiträge die nichts mit der Hochzeit zu tun hatten und zeigen die geringe Bedeutung Kate Middletons als Person ohne den sogenannten Unterhaltungswert auf.

Hypothese 2 kann damit eindeutig bestätigt werden. Sowohl in den Darstellungsformen, wie auch bei den Themen spiegelt sich in der Berichterstattung in Bezug auf Kate Middleton ein Frauenbild früherer Zeiten wider.

42 Vgl. „Was ist bloss mit Kate Middleton (29) los? Acht Tage vor der Hochzeit ist sie beängstigend dünn. Stress oder Abnehmwahn?“, <http://www.bild.de/unterhaltung/royals/catherine-mountbatten-windsor/stress-zuviel-fuer-kate-middleton-17526194.bild.html>

43 Vgl. „Mütter sollten verheiratet sein und ihren Beruf zugunsten ihrer Kinder aufgegeben haben, also *Hausfrauen* sein. Sie sind nahezu ausschließlich für die Erziehung, Versorgung und Betreuung der Kinder zuständig, da sie hierfür am besten geeignet seien [...]“ <http://www.mutterschaft.info/rollen.html>

6.2.3 Stellenwert in der Berichterstattung

Mit 223 Beiträgen in 30 Tagen ist die Berichterstattung über Kate Middleton sehr hoch. Die folgende Grafik soll Aufschluss darüber geben, in welchen Verhältnissen sie genannt worden ist. Stand Kate Middleton in den Artikeln häufiger in der Position der Haupt-, Nebenperson oder wird sie gar öfters nur namentlich erwähnt? Um Hypothese 3 analysieren zu können, werden alle Daten codiert, die Informationen zu diesem Merkmal besitzen.

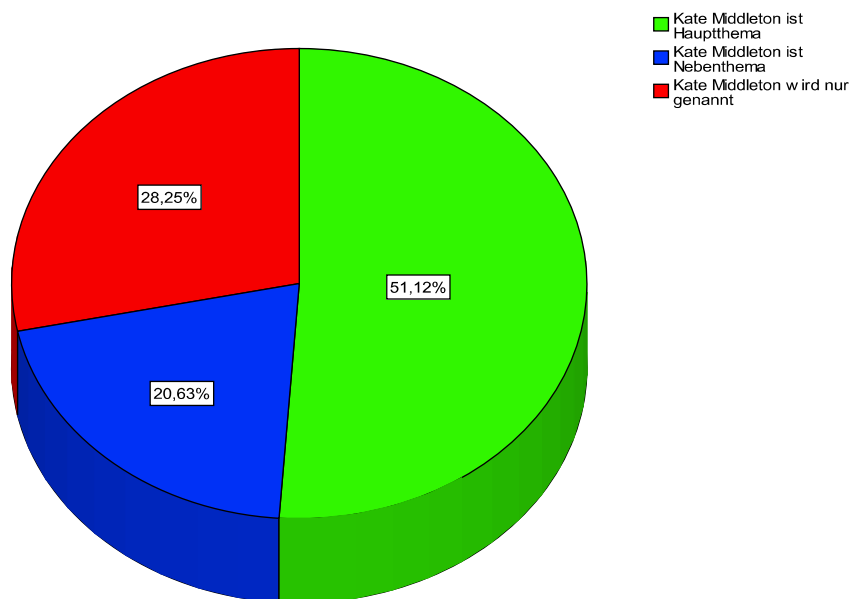


Abbildung 15: Stellenwert K. Middleton in Beiträgen

Die ausgewerteten Daten haben ergeben, dass in 51,12% der Beiträge Kate Middleton das Hauptthema ist. Dieser Wert ist durch die hohe Aufmerksamkeit an der Hochzeit zu erklären und bestätigt den Punkt, dass Kate Middleton aufgrund dessen einen so hohen Unterhaltungswert für die Medien aufweist (bereits bei Themen erwähnt). Zum anderen ‚zwängen‘ die Medien sie förmlich in diese Schiene der ‚untergeordneten Frau‘ durch ihre einseitige Berichterstattung in Bezug auf andere Themen neben der Hochzeit. Somit stellt sich auch anhand dieser Grafik dar, dass Tendenzen in der Berichterstattung zu erkennen sind. In einer großen Häufigkeit gibt es öfter indirekte Hinweise auf das Frauenbild früherer Zeiten in den Beiträgen, als das Bild der modernen Frau des 21. Jahrhunderts.

Mit 20,63% wird in den Beiträgen Kate Middleton nur als Nebenthema aufgefasst. Das heißt es wird nicht ausschließlich über sie berichtet, sondern ein anderes oder mehrere Themen stehen ebenfalls im Vordergrund des Beitrages. Mit einem Anteil von 28,25% wird Kate Middleton in den restlichen Beiträgen nur namentlich erwähnt, ohne dass sie eine tragende Rolle im Inhalt spielt. Fasst man diese beiden Werte zusammen, so ergibt sich ein Wert von 48,88%. Trotzdem der Anteil von Kate Middleton als Hauptperson in den Beiträgen relativ hoch ist, erscheint der Wert der anderen beiden Kategorien zusammen auch sehr groß. Mit 48,88% in den Beiträgen als Nebenperson oder gar nur die Nennung des Namens wird hier deutlich, dass man in der Berichterstattung auf den Online Seiten in vielen Fällen Kate Middleton als inhaltlichen Schwerpunkt außen vor gelassen hat. Somit deutet sich an, dass die Medien in Hinsicht auf die Hochzeit Kate Middleton nicht immer als Leitmotiv in den Beiträgen benötigten, sondern bereits das Ereignis an sich ausreichte, um informative Inhalte zu erstellen. Dadurch ist erkennbar, dass Kate Middleton natürlich aufgrund ihrer Hochzeit ein gewisses Maß an Aufmerksamkeit entgegengebracht wird, jedoch diese auch leicht als Hauptthema austauschbar ist.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass trotz ihrer Anteile als Nebenperson oder die Nennung ihres Namens in Artikeln mit 51,12% insgesamt einen großen Anteil als Hauptperson in den Beiträgen einnimmt. Somit kann anhand dieses Diagrammes die dritte Hypothese zum Teil bereits bestätigt werden.

Um jedoch ein explizites Ergebnis erhalten zu können, wird im nächsten Schritt untersucht, wie Kate Middleton in den Beiträgen bewertet worden ist. Sah man sie aufgrund der Hochzeit mehr in einem positiven Licht oder nicht? Um eine geeignete Grafik erstellen zu können, werden alle Daten codiert und analysiert, die für dieses Merkmal einen hohen Informationsgehalt aufweisen.

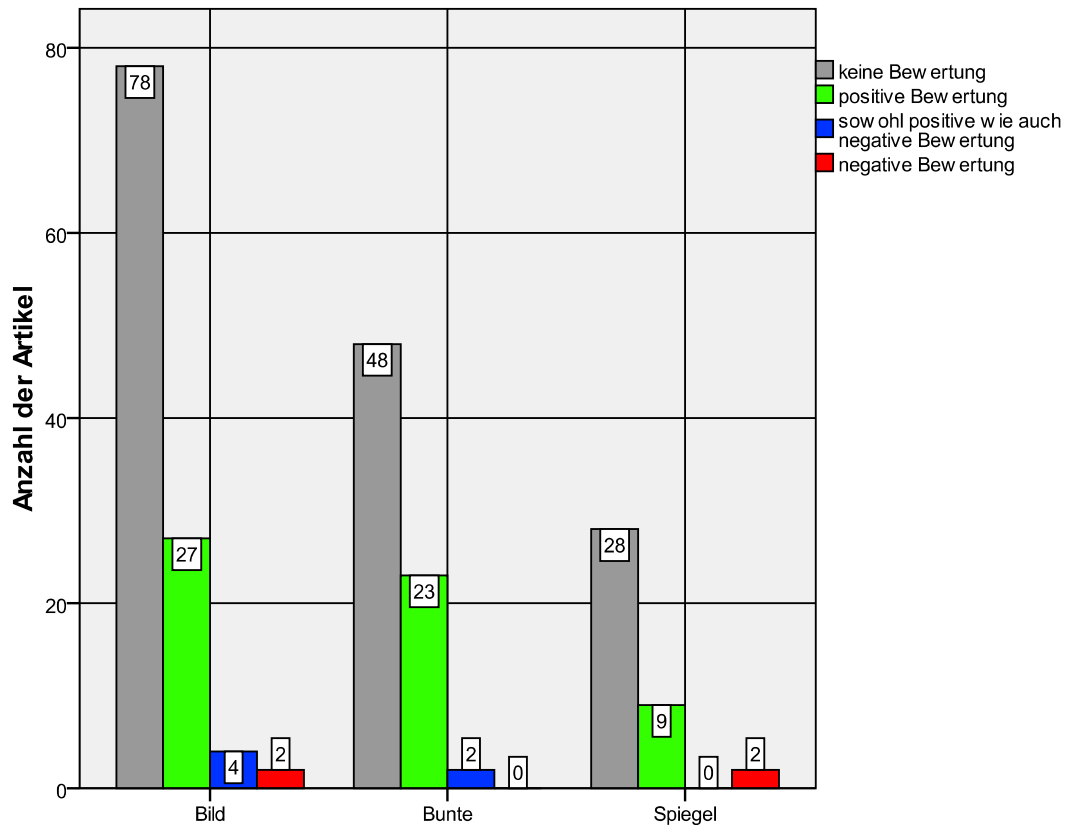


Abbildung 16: Bewertungen K. Middleton in Beiträgen

Die Auswertung der Abbildung 16 zeigt an, dass sich alle drei Medien überwiegend neutral gegenüber Kate Middleton in der Berichterstattung äußern. Überraschend hoch ist dabei die Quote auf bild.de. Mit insgesamt 78 Artikeln, in denen es zu keiner Wertung kommt, ist der Wert fast dreifach so hoch wie die der positiv wertenden Beiträge auf der Seite. Auch auf bunte.de und spiegel.de sind Wertungen in Bezug auf Kate Middleton nicht häufig vertreten. Ein unbeschriebenes Grundgesetz des Journalismus einer gewissen Neutralität in Artikeln gegenüber spiegelt sich somit in der Berichterstattung der drei Medien auf den Online Seiten wider.

Betrachtet man die drei verbleibenden Balken genauer so ist zu erkennen, dass der geringe Anteil an wertenden Aussagen mehr im positiven Bereich liegt. Die Anzahl an positiven sowie negativen Äußerungen in einem, hält sich mit sechs Artikeln sehr in Grenzen. Somit lässt sich feststellen, dass Wertungen über Kate Middleton zumeist positiv sind. Hypothese 3 ist damit bestätigt.

6.2.4 Zusammenfassung

Hypothese 1:

Kate Middleton auf Fotos ist tendenziell in einem positiven Licht dargestellt und weist Eindrücke des Frauenbildes früherer Zeiten auf.

Um diese Hypothese bestätigen beziehungsweise widerlegen zu können, sind insgesamt drei verschiedene Grafiken auf ihre Richtigkeit untersucht worden. Dabei wurde festgestellt, dass fast alle veröffentlichten Beiträge in Bezug auf Kate Middleton mit einem Foto ausgestattet sind (Abbildung 10). Anhand dieser Grafik untersuchte ich daraufhin die Darstellung Kate Middletons auf Fotos. Dabei kam zu Tage, dass sie häufiger mit einer anderen oder mehreren Personen abgelichtet worden ist und weniger als Einzelperson. Durch eine nahezu ähnliche Darstellung Kate Middletons in allen drei Medien ließ sich der Eindruck nicht verwehren, dass man sie gewollt häufiger mit anderen Personen ablichtete. Dieses aufgezeigte Bild auf den Online Seiten lässt Rückschlüsse darauf zu, dass man Kate Middleton gekonnt durch ihre zur Seite stehenden vor allem männlichen ‚Beschützer‘ in ein bestimmtes Frauenbild einordnen will. Sozusagen eine ‚Märchenhochzeit‘ mit einer ‚Prinzessin‘, die durch ihren ‚Prinzen‘ und ihrem ‚Hofstaat‘ vor allem bösen geschützt werden soll. Somit lassen sich eindeutige Tendenzen in Hinsicht auf ein veraltetes Frauenbild auf den Online Seiten erkennen.

Die dritte erstellte Grafik zeigte die Stimmungen Kate Middletons auf den Titeln. Das Ergebnis bei dieser Grafik ist, dass man Kate Middleton in einem großen Umfang als glückliche, selbstbewusste und auch eine ruhe ausstrahlende Frau präsentiert. Somit ist bestätigt, dass sie tendenziell auf Fotos in einem positiven Licht dargestellt wird. Hypothese 1 kann hiermit eindeutig als bestätigt angesehen werden.

Hypothese 2:

Anzeichen zur Rolle der Frau früherer Zeiten, spiegelt sich in den Themen und Darstellungsformen der Beiträge von Kate Middleton wider.

Die Auswertung aller Beiträge in Bezug auf die Darstellungsformen, der Einteilung in die verschiedenen Rubriken sowie die häufigsten Themen im April hat ergeben, dass die Medien aufgrund ihrer Berichterstattung Eindrücke eines veralteten Frauenbildes aufzeigen. Kate Middleton steht im mehr als engen Bezug zur royalen Hochzeit und wird häufig als Verlobte des Prinzen tituliert. Sie als Absolventin in Kunstgeschichte die neben ihrer Verlobung auch noch ein anderes Leben besitzt, wird nicht weiter in der Berichterstattung beachtet. Somit erscheinen nur die Informationen in der Öffentlich-

keit, die von den Medien als wichtig eingestuft werden. Diese Einstufung der Wichtigkeit in Bezug auf die Person Kate Middleton ergibt, dass sie in den Medien eine Frauenrolle aus vergangener Zeit darstellt.⁴⁴ Hypothese 2 kann somit eindeutig als bestätigt angesehen werden.

Hypothese 3:

In 51,12% aller Aussagen wird Kate Middleton als Hauptperson in den Beiträgen aufgeführt. Zugegebenermaßen hätte ich mit einem höheren Wert an Erwähnung gerechnet, halte diesen Wert allerdings trotzdem für hoch. Bei der Auswertung der Bewertungen ist selbstverständlich die eindeutige Mehrheit der Wertungen neutral. Die Medien sollten schließlich bei ihrer Berichterstattung eine gewisse Neutralität bewahren. Der geringe Anteil an wertenden Aussagen zeigt jedoch auf, dass die positiven Wertungen die negativen um mehr als das Doppelte übersteigen. Durch die erbrachten Ergebnisse ist auch Hypothese 3 somit bestätigt.

Zusammenfassend ist zum dargestellten Image von Kate Middleton auf den drei analysierten Online Seiten festzuhalten, dass sie durch die Berichterstattung eine starke Tendenz eines Frauenbildes von früher repräsentiert. Sowohl die Themenwahl wie auch die Darstellungen auf Fotos oder die nicht Repräsentation Kate Middletons außerhalb des Themas Hochzeit, lassen einige Eindrücke darauf zurückführen. Zu gering wurde der Eindruck erweckt, die Medien stellen Kate Middleton auch als eine junge moderne Frau die ihren eigenen Weg im Leben geht dar. Eher kam es zu indirekten Hinweisen anhand der gesamten Berichterstattung, dass es im Leben Kate Middletons kein wichtigeres Thema als die Hochzeit und die dazu benötigten Vorbereitungen gibt. Ein älteres Zitat aus dem Jahr 1994 zeigt in seiner Kürze deutlich auf, in welcher Stellung Kate Middleton sich durch die Medien wiederfindet: „Das Gesamtspektrum verwendeter Frauenbilder bleibt weiterhin eng und zwanghaft auf untergeordnete, (be-)dienende, passive, schmückende, ästhetische oder aufreizende Funktionen beschränkt. Es entspricht in keiner Weise dem tatsächlichen Spektrum der von Frauen ausgeübten Rollen, Tätigkeiten, Aufgaben und Kompetenzen“⁴⁵, so Christine Schmerl. Christine Schmerl zieht somit eine ähnliche Bilanz, wie die vom mir aufgestellten und bewiesenen Hypothesen anhand der Person Kate Middleton.

⁴⁴ Vgl. „Zumeist werden Frauen in den „typischen klassischen Verhaltensweisen“ gezeigt: gefühlsbetont, einfühlsam, freundlich, unselbstständig und hilflos, insbesondere dann, wenn es um die sogenannten „entscheidenden Dinge“ des Lebens geht.“ <http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/identitaet/29dorer.pdf>

⁴⁵ Christine Schmerl, 1994: S. 134–151

6.3 Angela Merkel

6.3.1 Titelbilder

Zu Beginn der Inhaltsanalyse werde ich mein Augenmerk auf die Häufigkeitsverteilung des Merkmals ‚Fotos‘ legen. Hierbei soll untersucht werden, wie viele Beiträge Titelbilder enthalten. Folgendes Diagramm hat sich in Bezug auf das zu untersuchende Merkmal ergeben:

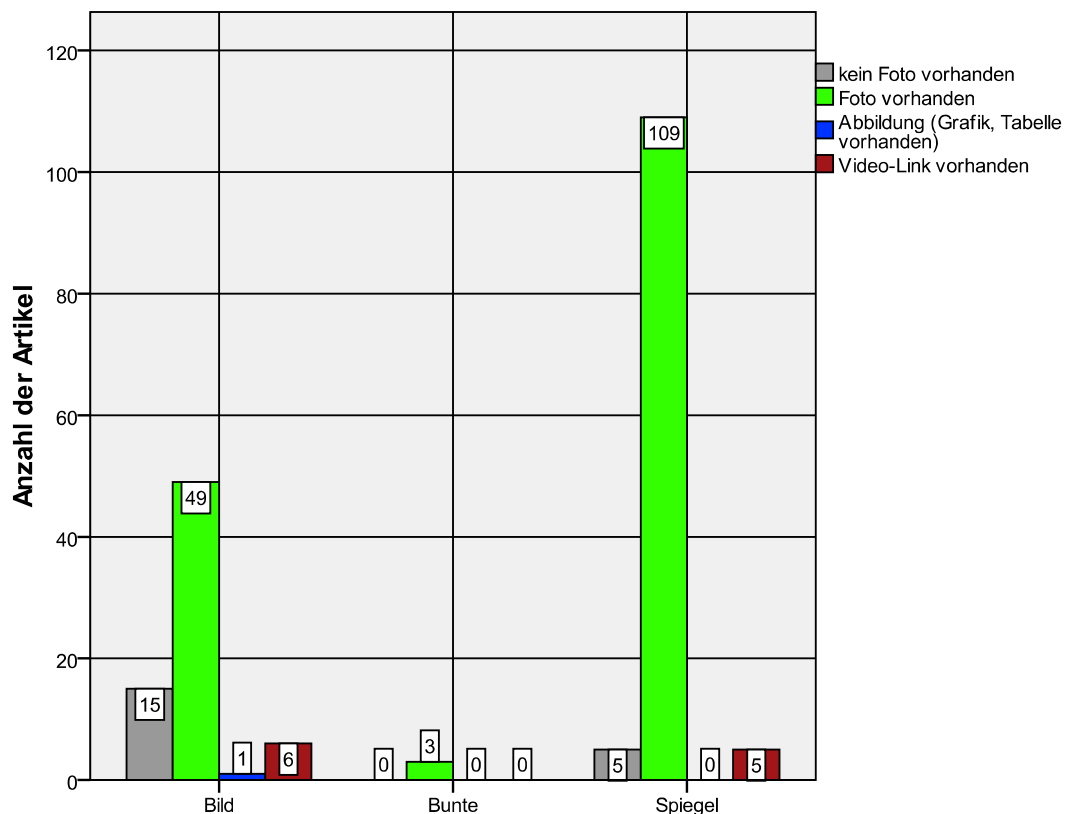


Abbildung 17: Häufigkeitsverteilung von Titelbildern in Beiträgen

Abbildung 17 stellt die Häufigkeit an Beiträgen mit einem Titelbild auf den drei analysierten Online Seiten dar. Auf den ersten Blick ist erkennbar, dass in der Regel fast alle Beiträge mit einem Foto versehen sind. Vorab ist zu erwähnen, dass in dieser Grafik die gesamten Beiträge aufgelistet, jedoch nicht alle mit einem Bild von Angela Merkel publiziert worden sind. Somit stellt die Grafik die Anzahl an vorhandenen Titelfotos dar, ist aber kein Indiz dafür, wie oft Angela Merkel dabei auf einem Bild erscheint. Außerdem liegt der Fokus bei der Codierung der Fotos auf dem Titelbereich. Das Augenmerk

wurde dabei ausschließlich auf die vorhandenen oder nicht vorhandenen Titelfotos gelegt. Somit ist die gleiche Anzahl an Beiträgen in der Grafik mit der gleichen Anzahl an Fotos beziehungsweise nicht Fotos zu erklären. Betrachtet man die Verhältnisse bei bild.de, so ist deutlich erkennbar, dass häufig mit einem Titelbild gearbeitet worden ist. Insgesamt sind im kompletten April 71 Artikel in Bezug auf Angela Merkel auf der Online Seite veröffentlicht worden, davon 49 mit einem Bild versehen. Ein Artikel enthält eine Abbildung in Form einer Grafik. Sechsmal sind statt Titelbilder Videolinks präsentiert. Wenn man bedenkt, dass die Beiträge sich im Bereich der Wirtschaft und Politik wiederfinden, wo zumeist Attribute wie ‚konservativ‘ oder ‚prüde‘ mit den Bereichen verbunden werden, so ist doch eine gewisse Vielfalt an Darstellung auf der Online Seite erkennbar. "BILD.de ist das Informations- und Entertainment-Portal von BILD und das reichweitenstärkste redaktionelle Online-Angebot Deutschlands. Erstklassiger Journalismus, innovatives Design, moderne Webtechnologie sowie eine Vielzahl an hochwertigen Bewegtbildinhalten sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren von BILD.de."⁴⁶ 15 Artikel werden im analysierten Zeitraum ohne ein Titelbild auf der Seite gezeigt. Diese Anzahl erscheint für ein Medium, welches hohen Wert auf Bildmaterial legt, sehr hoch. Überraschend hierbei ist festzustellen, dass sieben Beiträge im Bereich Politik ohne Foto sind, sechs in ‚anderer Rubrik‘ und zwei in „sonstige. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass bild.de zumeist mit Titelbildern zum besseren Verständnis des Themas arbeitet. Auch Videolinks und eine Grafik kommen zum Einsatz. Bei Beiträgen ohne Foto handelt es sich beispielsweise um Themen wie Atomkraftgegner, welche vor dem Bundeskanzleramt demonstrieren⁴⁷ oder Kommentare zu der Frauenfußball-Weltmeisterschaft⁴⁸.

Ein völlig anderes Bild erscheint beim Medium Bunte. Auf der Online Seite werden im kompletten Monat April nicht mehr als drei Beiträge in Bezug auf Angela Merkel veröffentlicht. Dieser enorm niedrige Wert ist damit zu erklären, dass es sich bei der Bunte sowie dem Onlineauftritt um eine Illustrierte handelt, die sich fast ausschließlich mit Menschen des öffentlichen Lebens befasst, die im Showbusiness tätig sind. Derweil Angela Merkel ebenfalls eine Person des öffentlichen Lebens ist, wird diese jedoch meist in Bereichen der Politik oder der Wirtschaft erwähnt und besitzt somit für die Bunte und deren Rezipienten keinen hohen Unterhaltungswert. Die drei vorhandenen Texte sind allesamt mit Fotos auf der Online Seite versehen. Videolinks sowie Abbil-

46 http://www.axelspringer.de/media/cw_mediafactsheet_de_87060.html

47 Vgl. <http://www.bild.de/regional/berlin/berlin-regional/atomkraftgegner-planen-akwdomino-vor-kanzleramt-17415252.bild.html>

48 Vgl. <http://www.bild.de/politik/kolumnen/fussball-wm-frauen/merkel-und-wulff-sind-fans-unserer-fussball-maedels-17413906.bild.html>

dungen werden nicht weiter beachtet. Somit wird augenscheinlich, dass Angela Merkel als Frau in der Politik und Wirtschaft keinen ‚Wert‘ für den Unterhaltungsbereich besitzt und somit keinerlei Aufmerksamkeit erfährt.

Beim Onlineauftritt des Nachrichtenmagazins Spiegel ist offenkundig, dass fast alle Artikel (insgesamt 109) ein Titelbild vorweisen. Dieser hohe Wert spiegelt die Philosophie des Verlages wider, welcher darauf achtet der Leserschaft in schneller Form und trotzdem hoher Qualität Nachrichten zukommen zu lassen, die der Online-Nachrichtenseite Nummer eins im deutschsprachigen Raum gerecht wird.⁴⁹ Wie bereits auf bild.de existieren auch hier in insgesamt fünf Artikeln eingefügte Videolinks statt Titelbilder.

Auffällig bei allen drei Medien ist, dass weder mit ‚Karikaturen‘ oder mit mehreren Illustrationstypen (Beispiel Grafik und Tabelle) ein Beitrag gekennzeichnet ist. Diese nicht Beachtung ist im Bereich der Darstellung von Politik und Wirtschaft sehr auffällig. Häufig werden Karikaturen für ein politisches Statement genutzt (siehe Seite 37). Bei Artikeln in Hinsicht auf Angela Merkel werden im gesamten April keinerlei dieser Karikaturen verwendet. Zu ergänzen beim nicht Vorhandensein von mehreren Illustrationstypen im Titelbereich ist, dass sich in einigen Artikeln beispielsweise Tabellen im Text eingearbeitet wiederfinden. Somit gibt es verschiedene Arten der Darstellung im Text, jedoch nicht im Titelbereich.

Insgesamt ist anzumerken, dass alle drei Online Seiten sich vorwiegend auf Titelbilder für ihre Beiträge stützen. Zu ergänzen sei zu diesem Diagramm, dass die Gesamtheit an Artikeln zu sehen ist, jedoch nicht jeder Beitrag im April ein Foto von Angela Merkel aufweist.

Um Hypothese 1 belegen oder auch widerlegen zu können, werde ich als nächstes untersuchen, wie Angela Merkel auf den Titelbildern veranschaulicht wird. Ziel ist es, anhand des folgenden Diagrammes herauszustellen, ob sie häufiger einzeln oder mehr mit anderen Personen abgelichtet wird und welche Eindrücke dies in Hinsicht auf das moderne Frauenbild von heute aufzeigt.

49 Vgl. „SPIEGEL ONLINE (www.spiegel.de) ist die führende Nachrichten-Site im deutschsprachigen Internet: schnell, aktuell, präzise, hintergründig und unterhaltsam. Rund um die Uhr liefert die Redaktion Nachrichten, Analysen, Reportagen, Videos, Interviews und Kommentare für alle, die schnelle und fundierte Informationen schätzen.“ <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/CEF3A44164AED9BBC1256F720034CBAC?OpenDocument>

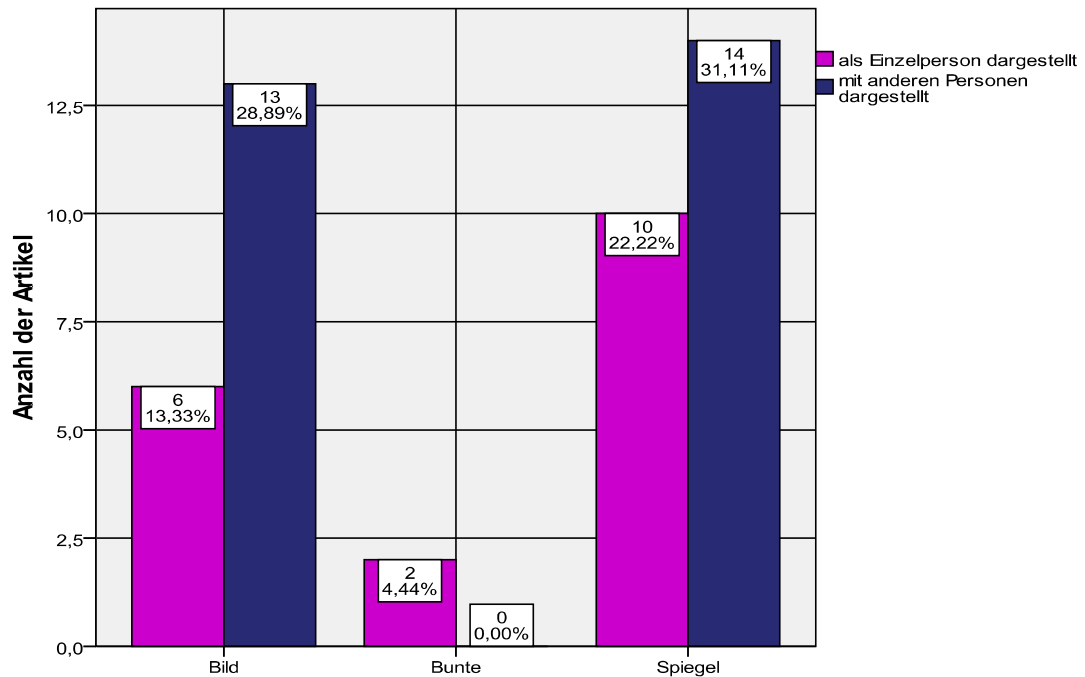


Abbildung 18: Darstellung von A. Merkel auf Titelbildern

Auf den ersten Blick ist sichtbar, dass Angela Merkel auf Fotos sowohl auf bild.de wie auch auf spiegel.de öfter mit anderen Personen dargestellt ist. Jedoch zeigt der zweite Blick das Titelbilder mit Angela Merkel nur eine sehr geringe Anzahl aufweisen. Die Online Seite der Bild publiziert insgesamt im April 71 Artikel in Bezug auf die Bundeskanzlerin. Jedoch erscheint sie nur in 19 Beiträgen als Titelbild. Ein ähnliches Szenario stellt sich bei spiegel.de mit 24 Titelbildern dar. Auf der Online Seite der Bunte sind zwei der drei Artikel mit einem Bild Angela Merkels versehen. Die ‚Nicht-Wahl‘ Angela Merkels als Titelbild ist zum einen darauf zurückzuführen, dass sie nicht in allen Beiträgen das Hauptthema ist und somit andere Abbildungen mehr Aussagekraft für den Artikel erbringen. Jedoch ist auf der anderen Seite eine Tendenz in Richtung ‚Karrierefrau‘ und dessen nicht Berücksichtigung in den Medien zu erkennen.

Vor allem Titelbilder besitzen sowohl im Print wie auch im Online-Bereich eine große Bedeutung. Fotos "verdeutlichen den sozialen Status, soziale Hierarchien, Machtverhältnisse"⁵⁰ laut Gitta Mühlen-Achs. Trotz des hohen Ranges einer Bundeskanzlerin wird Angela Merkel in puncto Hierarchie und Machtverhältnisse in den Bereichen Politik und Wirtschaft in Hinsicht auf die analysierten Beiträge unterrepräsentiert. Somit wird gleichzeitig deutlich, dass die Stellung der modernen Karrierefrau von heute wenig

50 Gitta Mühlen-Achs, 1997: S. 140

Aufmerksamkeit in den Bereichen Politik und Wirtschaft erfährt. Ein weiterer Fakt ist darin zu sehen, dass Angela Merkel auf den Bildern häufiger mit männlichen Kollegen abgelichtet worden ist. Hier entsteht der Eindruck, dass sie als alleinstehende Frau Unterstützung in einer ‚Männerdomäne‘ benötigt. In sechs Artikeln auf bild.de, sowie in zwei auf bunte.de und zehn auf spiegel.de wird sie als Einzelperson dargestellt. Jedoch gibt es ebenfalls bei den Einzelportraits Hinweise auf die Rolle der Frau. Ein Beispiel ist, dass Angela Merkel als Einzelperson in Artikeln vorhanden ist, die sich beispielsweise mit sozialen Projekten beschäftigen, der Empfang der DFB-Damen im Kanzleramt (bild.de)⁵¹, der Ausruf zu mehr ehrenamtlichen Engagement (bunte.de)⁵² oder aber ihre Operation am Meniskus (Spiegel.de)⁵³. Solche Themen in Verbindung mit der Einzeldarstellung, weisen weniger auf die moderne Frau von heute hin, denn eher auf die Rolle der Frau früherer Zeiten. Infolgedessen hat die Grafik aufgezeigt, dass Angela Merkel trotz ihrer hohen Position als Bundeskanzlerin Deutschlands auf Fotos die Rolle der modernen Frau, die sie ohnegleichen ist, nicht völlig repräsentieren kann.

Ergänzend zu dieser Grafik ist mitzuteilen, dass nicht alle analysierten 193 Beiträge in Hinsicht auf Angela Merkel sich in diesem Diagramm wiederfinden. Der Grund ist, dass es eine geringe Anzahl an Artikeln gibt die kein Titelbild aufwiesen sowie die Mehrheit an Beiträgen mit Fotos, auf denen jedoch Angela Merkel nicht dargestellt ist. Somit besaßen diese Daten keinerlei Relevanz für das zu untersuchende Merkmal.

Um die aufgestellte Hypothese 1 endgültig belegen oder widerlegen zu können, wird im kommenden Abschnitt untersucht, welche Stimmungen Angela Merkel auf den Titelbildern zeigt. Im Vorfeld ist zu ergänzen, dass bei der folgenden Grafik mehrere Antworten gleichzeitig möglich waren. Sodass die Anzahl an Fotos mit Angela Merkel (Abbildung 18) nicht denselben Wert aufweist, wie die analysierten Daten der Stimmungen. Ebenfalls zu bemerken ist, dass nicht alle 193 Artikel im Diagramm Anklang finden. Der Grund ist, dass Beiträge die keine Fotos sowie Fotos ohne Abbildung Angela Merkels besaßen nicht berücksichtigt worden sind bei der Erstellung der Grafik.

51 Vgl. <http://www.bild.de/sport/fussball/dfb/zu-besuch-bei-angela-merkel-17214904.bild.html>

52 Vgl. http://www.bunte.de/newslines/angela-merkel-fuer-mehr-ehrenamtliches-engagement_aid_24258.html

53 Vgl. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,754467,00.html>

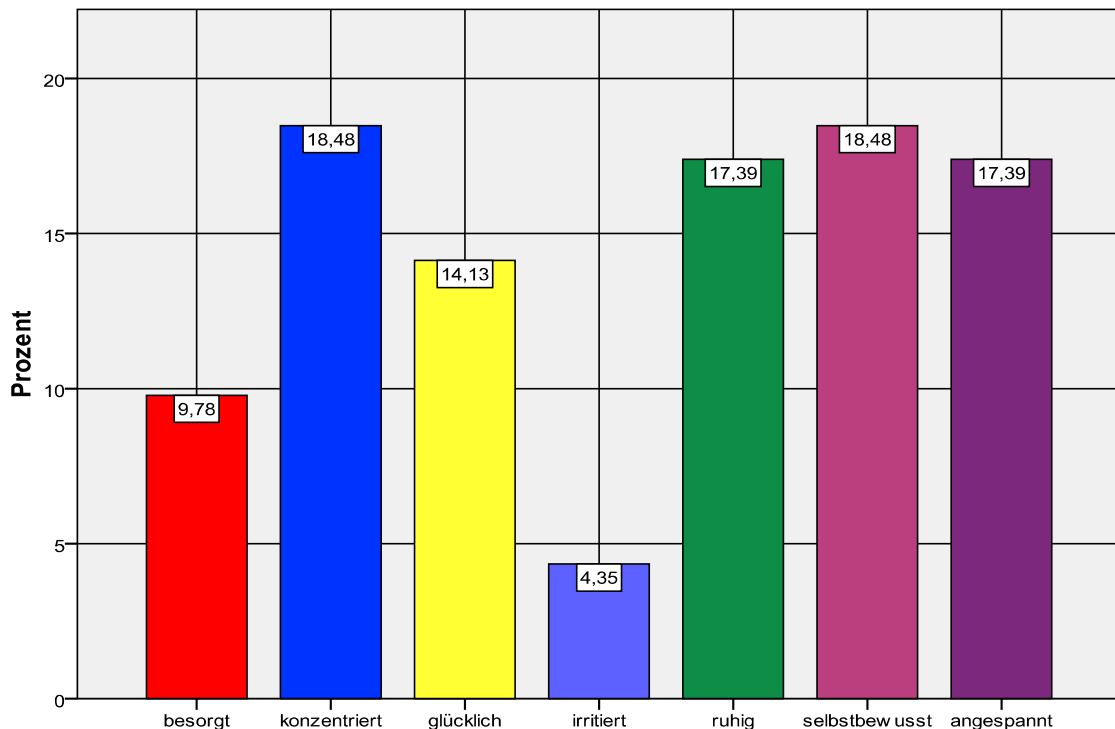


Abbildung 19: Stimmungen A. Merkel auf Titelbildern

In der erstellten Grafik finden sich die Stimmungen der Bundeskanzlerin, welche diese auf Fotos zur Schau trägt, wider. Dabei wird deutlich, dass auf den Fotos vor allem vier Adjektive häufig präsentiert werden. Mit der gleichen Anzahl von 18,48% zeigt sich, dass Angela Merkel auf Bildern 'selbstbewusst' und gleichzeitig 'konzentriert' wirkt. Dicht dahinter mit ebenfalls dem gleichen Prozentanteil folgen 'ruhig' und 'angespannt'. Diese vier Stimmungslagen zeigen auf, dass Angela Merkel auf den Titelbildern nicht in einem negativen Licht dargestellt wird, sondern als eine starke selbstständige Frau, die in Politik- und Wirtschaftsbereichen tätig ist. Die Stimmung 'angespannt' muss nicht Negativ gesehen werden, sondern entspricht eher dem Bild, dass sich Frau Merkel zu- meist bei ernsten nationalen wie internationalen Themen entsprechend angespannt beziehungsweise ernst zeigt. Mit 14,13% zeigt sie auf Titelbildern 'glücklich'. Etwas abgeschlagen mit 9,78% und 4,35% finden sich im hinteren Bereich die Stimmungen 'besorgt' und 'irritiert' wieder. Zusammenfassend ist zu sagen, dass Angela Merkel auf Bildern einen positiven und starken Eindruck anhand häufiger Erwähnungen von 'selbstbewusst' oder 'konzentriert' hinterlässt und somit Eindrücke des modernen Frauenbildes widerspiegelt. Unterstützt wird diese Aussage dadurch, dass insgesamt drei Stimmungslagen beim Codieren nicht beachtet werden mussten. Zum einen sind das 'ängstlich' und 'traurig' und zum anderen 'zornig'. Diese drei Adjektive hätten bei häufi-

ger Erwähnung den Eindruck Angela Merkels als starke Frau auf Fotos sehr mindern können. Da dieser Fall nicht aufgetreten ist, untermauern diese drei nicht vorhandenen Stimmungslagen noch einmal das Ergebnis.

Fasst man alle gewonnen Eindrücke über die Abbildungen 17 bis 19 zusammen so wird klar, dass Angela Merkel auf Fotos zumeist positiv dargestellt wird. Jedoch lässt sich ein Gesamteindruck nicht verwehren, dass sie durch die Auswahl an Titelbildern, nicht nur im modernen Licht erscheint, sondern auch Eindrücke eines ‚alten‘ Frauenbildes aufweist. Eine endgültige Aussage hierzu wird im Punkt 7 getroffen. Somit lässt sich Hypothese 1 nicht bestätigen. Angela Merkel wird nicht wie vermutet tendenziell negativ auf Titelbildern präsentiert. Die Darstellung auf Fotos weist zwar einige Eindrücke vom modernen Frauenbild auf, jedoch nicht in einer häufigen Anzahl wie vermutet.

6.3.2 Darstellungsformen und Themen

Darstellungsformen und Themen sind wichtige Merkmale im Bezug auf ein erzeugtes Image in den Medien. Um untersuchen zu können, welche journalistischen Darstellungsformen am häufigsten Verwendung fanden, werden alle Daten, die wichtige Informationen darüber enthalten, analysiert. Ebenfalls wird darauf geachtet, in welcher Rubrik die Beiträge erscheinen. Anhand dieser Merkmale, ergab sich folgende Grafik.

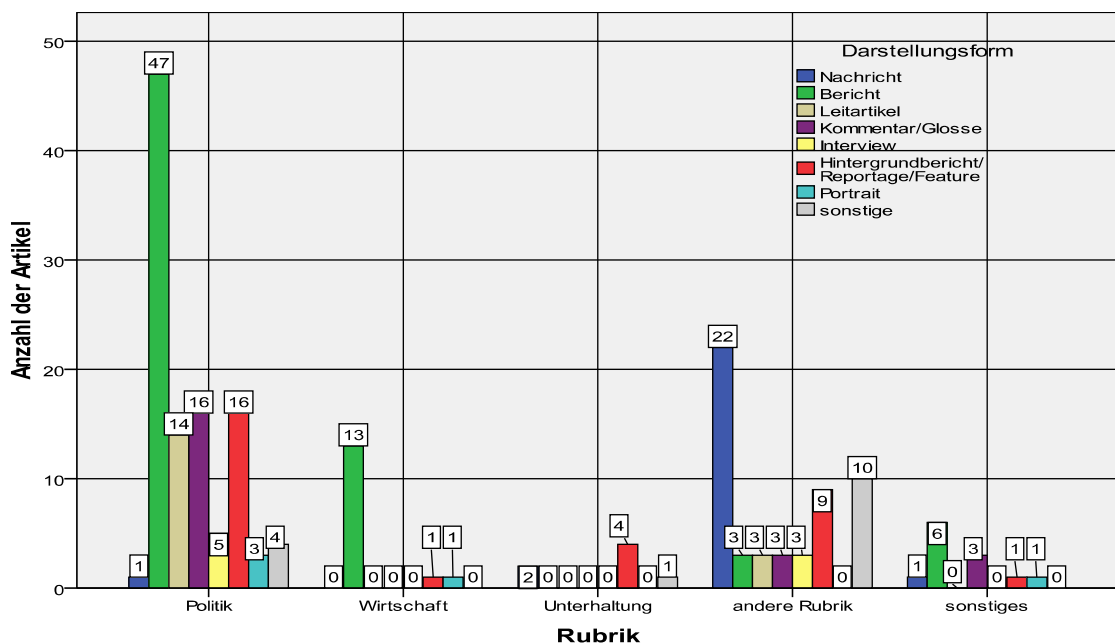


Abbildung 20: Rubrikeinordnung und Darstellungsformen der Beiträge über A. Merkel

Die analysierten Daten zeigen im Gesamtbild eine Vielfalt an journalistischen Darstellungsformen in verschiedenen Rubriken an. Dabei fällt sofort der größte Balken in der Rubrik ‚Politik‘ auf. Mit Abstand werden in diesem Bereich die meisten Berichte verfasst. Auch im Bereich ‚Wirtschaft‘ und ‚sonstiges‘ wird diese Form am meisten genutzt. Beiträge im Zusammenhang mit Angela Merkel werden somit am häufigsten im Politik und Wirtschaftsbereich in Form eines Berichtes veröffentlicht. Betrachtet man die Rubrik ‚Politik‘ genauer, so wird deutlich, dass im April mindestens acht verschiedene Formen der Berichterstattung gewählt worden sind. Ergänzend hinzuzufügen ist, dass ‚sonstige‘ nicht nur auf eine andere journalistische Form hinweist, sondern mehrere sich darunter befinden. Der Grund für diese Vielfalt bei Politikthemen ist darin zu suchen, dass nicht alle Themen durch eine bestimmte Textform am günstigsten präsentiert werden können. Durch häufige Komplexität werden andere Formen genutzt, um dem Rezipienten einen besseren Überblick zu verschaffen und die Informationen somit besser überbringen zu können. Ein gutes Beispiel stellt in diesem Fall der Beitrag „Westerwelle macht Platz für die junge Garde“ von [spiegel.de](http://www.spiegel.de) dar. Inhaltlich wird darüber berichtet, wie es zum Rücktritt Westerwelles kam und welche Faktoren dabei ausschlaggebend waren.⁵⁴ Dieses Thema zeigt auf, dass es für eine kleinere Darstellungsform aufgrund des hohen Informationsgehaltes nicht geeignet wäre.

Wie bereits erwähnt werden die meisten Beiträge in Bezug auf Angela Merkel in einem Bericht verfasst. Ein Stück weit abgeschlagen mit 16 publizierten Texten kommen ‚Hintergrundberichte/Reportage/Feature‘ und ‚Kommentar/Glosse‘. Diese beiden Arten zeigen auf, dass es eine gewisse Anzahl an Themen gibt, die mit einem höheren Umfang versehen worden sind. Nichtsdestoweniger ist anzumerken, dass es Themen in diesem Bereich gibt, die weniger mit nationaler wie internationaler Politik zu tun haben und mehr einen Eindruck von sogenannten ‚Frauenthemen‘ hinterlassen. Ein Beispiel ist "MAXIMALer Glanz in Berlin"⁵⁵ auf [bild.de](http://www.bild.de). Dieser Beitrag ist auf der Politikseite wiederzufinden. Trotzdem halten sich zumeist wichtige politische Themen auf allen drei Online Seiten in der Rubrik auf. Mit insgesamt 14 verfassten Leitartikeln auf den analysierten Seiten ist diese journalistische Form die viert höchste. In einem geringen Maß werden auf den Politikseiten der Onlineauftritte Formen wie ‚Nachricht‘, ‚Interview‘ oder ‚Portrait‘ genutzt.

Themen im Raum Wirtschaft werden vor allem durch 13 Berichte gekennzeichnet. Auffällig bei dieser Rubrik ist, dass es insgesamt nur 15 Artikel gibt, die im gesamten Mo-

54 Vgl. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,754770,00.html>

55 Vgl. <http://www.bild.de/politik/inland/koenigin-beatrix/kronprinzessin-maxima-verzaubert-bellevue-17402724.bild.html>

nat in Verbindung mit Angela Merkel auf der Seite erscheinen. Nur ein Portrait sowie ein Hintergrundbericht/Reportage/Feature finden sich wieder. Einen sehr geringen Anteil besitzt die Kanzlerin im gesamten Monat über im Unterhaltungsbereich. Mit fünf Artikeln ist anhand dieser Grafik zu erkennen, dass sich die Berichterstattung nicht tendenziell in Richtung Boulevard bewegt, sondern dem Status ihrer Person entsprechend im Politikgeschehen bleibt.

22 Nachrichten in Verbindung mit Angela Merkel kommen im Bereich ‚andere Rubrik‘ zustande. Die enthaltenen Beiträge werden in diesem Bereich eingeordnet, wenn sie Themenschwerpunkte aus den Richtungen: Lifestyle, Ratgeber, Digital, Regional, Schlagzeilen des Tages, Wetter, Gewinnspiele, Gesundheit, Spiele, Cover, Sport, Kultur, Netzwelt, Wissenschaft, einestages, Karriere, Uni, Schule, Reise, Auto, Video, Themen, Forum, English, DER SPIEGEL, SPIEGEL TV, ABO, SHOP aufweisen. Betrachtet man diese Rubrik näher so ist zu sehen, dass es viele Artikel gibt, die einer Einordnung in diesem Bereich bedurften. Vor allem ‚Nachrichten‘, ‚Hintergrundberichte/Reportagen/Feature‘ und ‚sonstige‘ Formen finden sich darin wieder. Eher in kleineren Rahmen bewegen sich dagegen Darstellungsformen mit jeweils drei Stück wie ‚Bericht‘, ‚Leitartikel‘, ‚Kommentar/Glosse‘ oder ‚Interview‘. Von insgesamt 193 analysierten Beiträgen im Zusammenhang mit Angela Merkel, konnten 12 Artikel keinem der aufgelisteten Formen zugewiesen werden und sind somit in ‚sonstiges‘ eingeordnet. Dieser Bereich enthält andere Textformen, die jedoch im Endeffekt zu gering ausgefallen sind, sodass eine Einzeldarstellung nicht repräsentativ gewesen wäre.

Insgesamt ist festzustellen, dass bei der Kategorisierung der Beiträge der Kanzlerin sich ein ordnungsgemäßes Bild in Hinblick auf ihre Position widerspiegelt und es keinerlei Hinweise darauf gibt, dass sich Themen in Bezug auf Angela Merkel mehr im Unterhaltungsbereich wiederfinden denn in der Politik.

Um endgültig die zweite Hypothese widerlegen oder bestätigen zu können, werden alle Daten Angela Merkels auf ihre Themeninhalte untersucht. Ziel ist es herauszufinden, ob die Themenschwerpunkte Aufschluss darüber geben, welches Frauenbild sich durch die Berichterstattung der Medien abzeichnet. Dabei ist folgendes Diagramm entstanden:

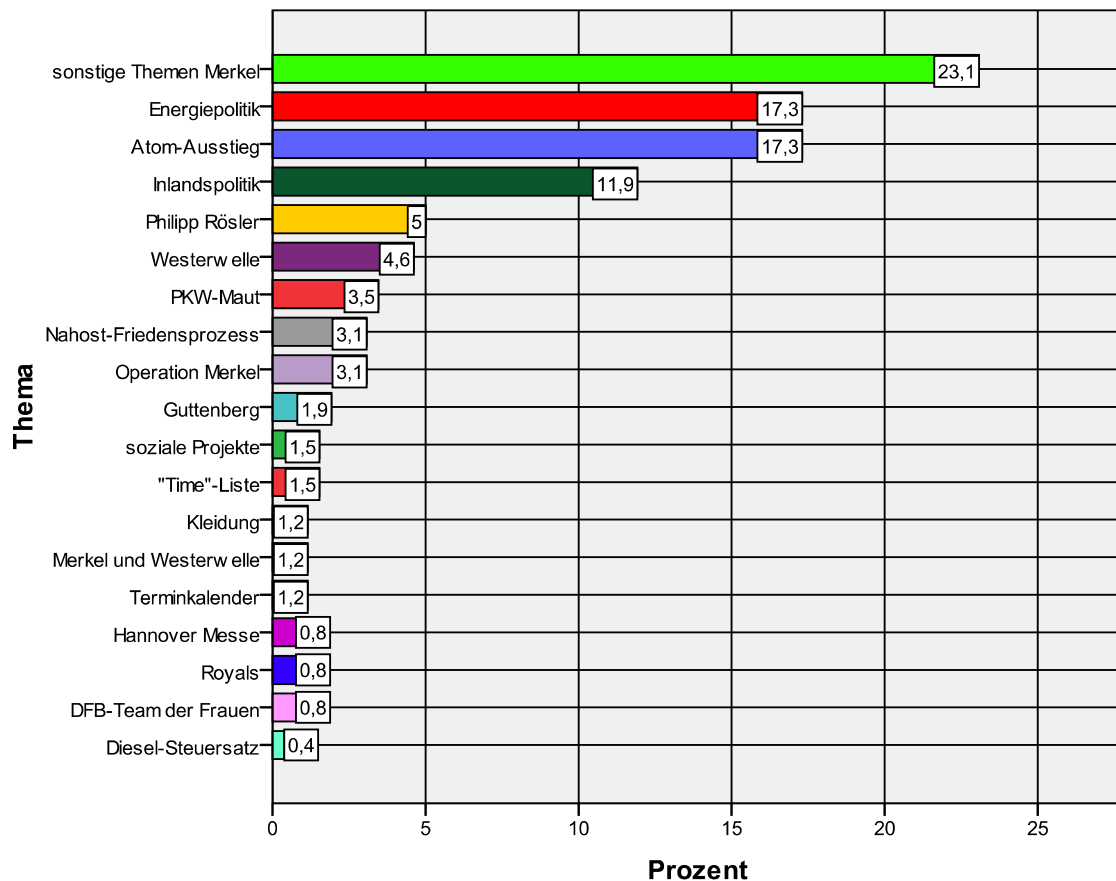


Abbildung 21: Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen von Themen

Mit 23,1% finden sich ‚sonstige Themen Merkel‘ im April auf den Online Seiten am häufigsten wieder. Diese Kategorie enthält Artikel mit Themenschwerpunkten, die nicht in die aufgelisteten Themenbereiche einzuordnen waren. Allen voran internationale Themen, die in einer Vielfalt veröffentlicht worden sind, aufgrund dessen es zu keiner Eingrenzung kommen konnte. Diese enorm hohe Prozentzahl lässt darauf schließen, dass die Berichterstattung in Verbindung mit Angela Merkel und ihrer Position als Kanzlerin einen breiten Themenbereich abdeckt. Infolgedessen kommt es zu einer häufigen Nennung ihrer Person. Daraus resultiert, dass Angela Merkel eine unterschiedliche Darstellung in Beiträgen und Fotos erfährt. Bezogen auf die Fotos kommt es zu einer Unterrepräsentation. Auf der Beitragsebene wird sie aufgrund ihrer Stellung in vielfältigen Bereichen mindestens erwähnt. Ob und wie eine Person dargestellt wird, liegt laut Klaus Kocks in den Händen der Medien denn sie "berichten nicht die Geschehnisse, sie entscheiden, was geschehen ist"⁵⁶.

⁵⁶ Klaus Kocks, 2001: S. 30.

Mit jeweils einem Anteil von 17,3% werden die nationalen Themen ‚Energiepolitik‘ und ‚Atom-Ausstieg‘ im April behandelt. Mit 11,9% folgen verschiedene Themen der Inlandspolitik. Anhand dieser drei Themenbereiche ist erkennbar, dass insgesamt eine ordnungsgemäße Berichterstattung in Hinsicht auf Angela Merkel und repräsentativer Themen erfolgt ist (ausgenommen ist in diesem Fall bunte.de). Die Medien stellen somit die hohe Position Merkels anhand der Artikel dar und lassen ein modernes Frauenbild erkennen. Auch die nachfolgenden Themenbereiche wie ‚Phillip Rösler‘, ‚Westerwelle‘ oder ‚PKW-Maut‘ werden in der Berichterstattung nicht als ‚Männerthemen‘ deklariert, sondern in korrekter Form aufgezeigt und die Position Angela Merkels zu diesen Themen dargestellt. Ergänzend ist zu sagen, dass bei dieser Aussage sowohl positive wie auch negative Bewertungen Angela Merkels in den Beiträgen keinerlei Relevanz haben. Hierbei geht es darum bezüglich der erwähnten Themen, eine Stellung zu beziehen. Auch die folgenden Themen bestätigen die aufgestellte Vermutung.

In sehr geringen Anteilen wie 3,1% für ‚Operation Merkel‘, 1,2% ‚Kleidung‘, 0,8% ‚Royals‘ oder 0,8% ‚DFB-Team der Frauen‘ werden sogenannte ‚Frauenthemen‘ aufgegriffen, die aber im keinen Verhältnis zu den anderen Bereichen stehen. Fasst man alle Eindrücke des Diagrammes zusammen so wird deutlich, dass die Medien Angela Merkel trotz ihres Geschlechtes, ihrer Position gegenüber den nötigen Respekt erweisen und diese in ihren Kernbereich Politik am häufigsten wiederzufinden ist.

Hypothese 2 kann damit bestätigt werden. Sowohl in den Darstellungsformen, wie auch bei den Themen, spiegelt sich in der Berichterstattung von Angela Merkel ein modernes Frauenbild wider.

6.3.3 Stellenwert in der Berichterstattung

Mit 193 Beiträgen in 30 Tagen ist die Berichterstattung über Angela Merkel hoch. Die folgende Grafik soll Aufschluss darüber geben, in welchen Verhältnissen sie genannt worden ist. Stand die Kanzlerin in den Artikeln häufiger in der Position der Haupt-, Nebenperson oder wurde sie gar öfters nur namentlich genannt? Um Hypothese 3 analysieren zu können, werden alle Daten codiert, die Informationen zu diesem Merkmal besitzen.

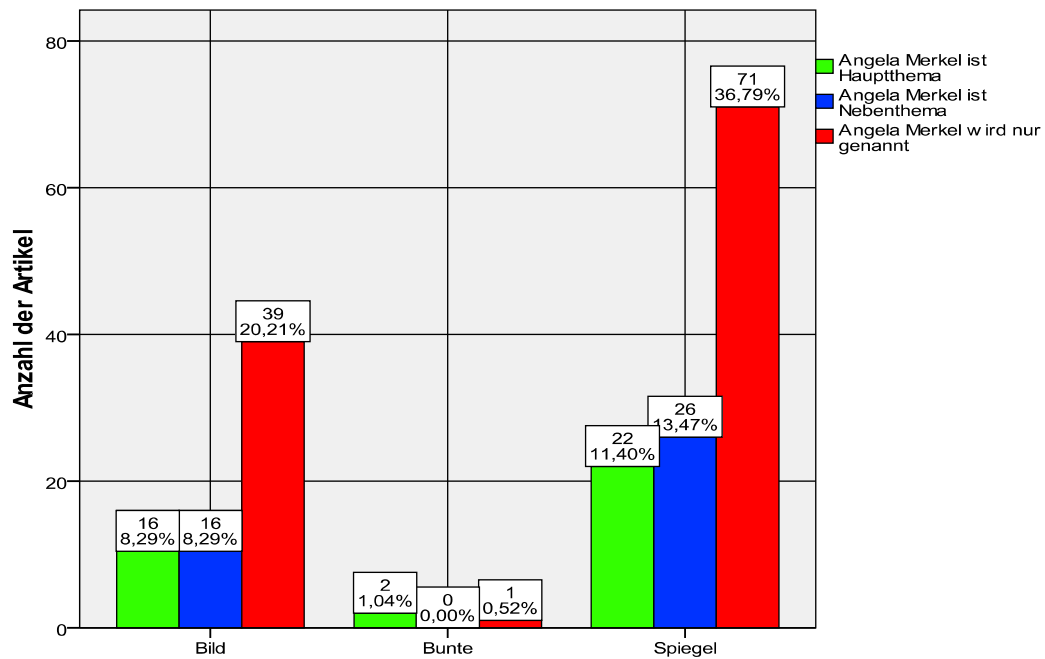


Abbildung 22: Stellenwert A. Merkel in Beiträgen

Die ausgewerteten Daten zeigen an, dass Angela Merkel mit einem hohen Anteil von insgesamt 57,51% in Beiträgen nur genannt wird. Dieser Wert ist um das doppelte höher als ihr Anteil mit 20,73% als Hauptthema. In 21,76% der Beiträge tritt die Kanzlerin als Nebenthema auf. Überraschend gestaltet sich der Stellenwert im April auf der Online Seite des Spiegels. Das Nachrichtenmagazin mit den Themenschwerpunkten Politik und Wirtschaft veröffentlicht ganze 71 Artikel in Hinsicht auf die Kanzlerin, in denen sie nur namentlich erwähnt wird ohne eine größere Rolle zu tragen. Auch auf bild.de kommt es in 39 Beiträgen nur zur Erwähnung Angela Merkels. Der Onlineauftritt der Bunte ist in diesem Fall nicht weiter zu berücksichtigen, da drei Artikel keine Wertung in Bezug auf den Stellenwert zulassen. Jedoch ist anhand dieser Grafik zu erkennen, dass Frau Merkel mit 193 publizierten Artikeln im Monat einen guten Durchschnitt erreicht, nichtsdestoweniger aber hauptsächlich nur genannt wird. Dieser Aspekt lässt die Vermutung zu, dass die Medien ein Bild konstruieren, welches darauf hinweist, dass Bereiche wie Politik und Wirtschaft immer noch als ‚Männerbereich‘ angesehen werden. Diese Vermutung kommt zum einen zustande, weil die Anzahl an Titelbildern in Hinblick auf die Geschlechter große Unterschiede aufweisen. Angela Merkel wird im April in 193 Beiträgen mindestens namentlich erwähnt, jedoch erscheint sie nur auf 45 Titelbildern. Und zum anderen kommt es zu einer Unterrepräsentation in Beiträgen. Festzuhalten ist dies daran, dass Angela Merkel neben ihrer Funktion als Kanzlerin,

auch mehrmals bereits vom US-Magazin ‚Forbes‘ zur einflussreichsten Frau der Welt gewählt worden ist.⁵⁷ Außerdem sticht sie gegenüber anderen Frauen in der Politik hervor⁵⁸ und besitzt somit einen hohen Wiedererkennungswert. All diese Faktoren einer erfolgreichen Frau im beruflichen Leben werden jedoch im vorliegenden Diagramm nicht widergespiegelt. Hier arbeiten die Medien meist mit Nennungen und offenbaren damit, dass sie die Emanzipation durch ihre Berichterstattung nicht wirklich unterstützen, sondern eher an alten Prinzipien festhalten.⁵⁹ Die Anzahl von 40 Beiträgen, in denen Angela Merkel als Hauptperson positioniert wird und die insgesamt 42 Texte mit dem Stellenwert eines Nebenthemas, kann den hohen Wert an Nennungen nicht ausgleichen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass Angela Merkel trotz ihres Amtes in Deutschland einen sehr geringen Anteil an Haupt- oder Nebenthema in Beiträgen einnimmt. Im Gegensatz dazu, ist ein großer Wert in Artikeln vorhanden, in denen sie nur namentlich genannt wird. Somit ist bewiesen, dass die Kanzlerin tendenziell weniger als Hauptperson in Artikeln auftaucht. Hypothese 3 lässt sich anhand dieser Untersuchung zum Teil bereits bestätigen.

Im letzten Schritt werde ich nun untersuchen, wie Angela Merkel in Beiträgen bewertet wird. Um eine geeignete Grafik erstellen zu können, werden alle Daten codiert und analysiert, die für dieses Merkmal eine hohe Wichtigkeit aufweisen.

57 Vgl. http://www.bundesregierung.de/nn_1264/Content/DE/Artikel/2011/08/2011-08-25-merkel-maechtigste-frau-forbes.html

58 Vgl. "Über die Kanzlerin wird häufiger in den Medien berichtet als über alle anderen Topfrauen der Bundespolitik zusammen genommen." http://www.journalistinnen.de/aktuell/PM_Spitzenfrauen-in-den-Medien.pdf

59 Vgl. "Die Medien erweisen sich damit nicht als Trendsetter oder Förderer der Emanzipation, sondern im Gegenteil als Ort der Verfestigung traditioneller Geschlechterbilder." Dorer, Johanna, Marschik, Matthias, 1999: S. 6

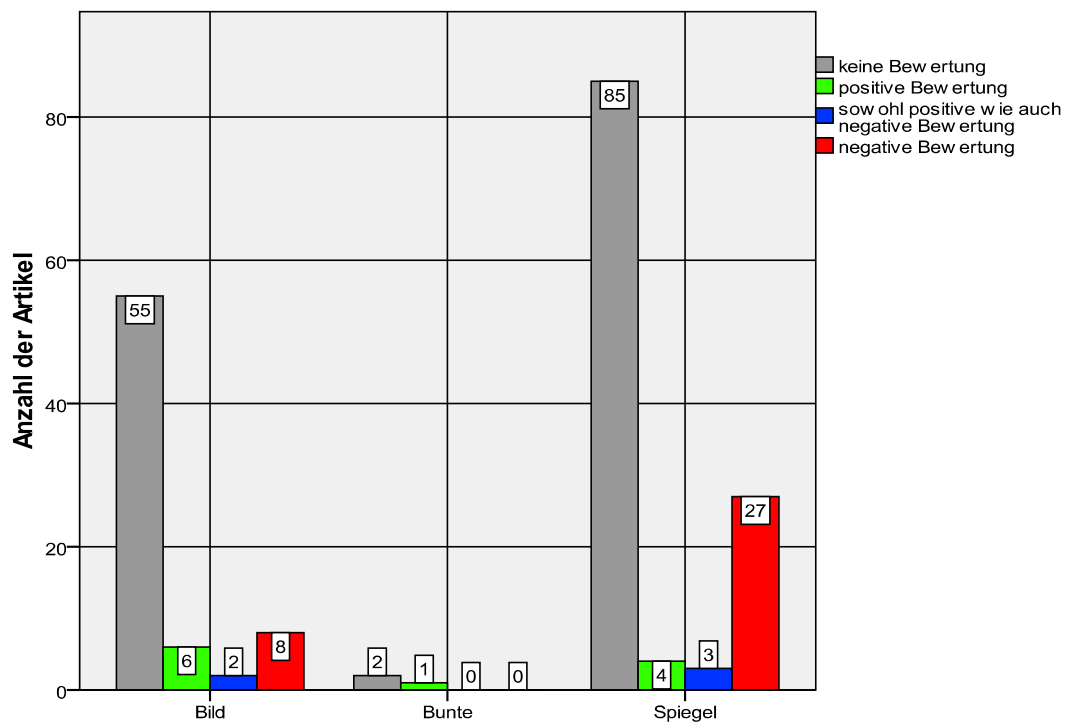


Abbildung 23: Bewertung A. Merkel in Beiträgen

Die Abbildung 23 spiegelt die Bewertungen über Angela Merkel in den Beiträgen wider. Dabei ist erkennbar, dass sie zu einem großen Teil keine erhielt. Von 71 publizierten Artikeln auf bild.de werden in 55 keine Wertungen vorgenommen. Ein ähnliches Bild zeichnet sich auf spiegel.de ab. 85-mal kommt es zu einer neutralen Berichterstattung gegenüber Angela Merkel. Auch zwei von drei Texten werden bei der Illustrierten Bunte auf der Online Seite ohne jegliche Wertung veröffentlicht. Somit lässt sich daraus ableiten, dass in einer großen Form die journalistische Neutralität gewahrt wird.

Bei Betrachtung der verbliebenen drei Balken ist deutlich sichtbar, dass bei einer Wertung Angela Merkel mehr negativ als positiv bewertet wird. Vor allem der Kontrast bei spiegel.de mit 27 negativen Beiträgen zu vier positiven Beiträgen bestätigt die Hypothese, dass die Kanzlerin bei einer Wertung tendenziell negativ dargestellt wird. Bei bild.de halten sich die Wertungen von acht negativen zu sechs positiven relativ im Gleichgewicht. Auf bunte.de kommt es zu einem Beitrag mit positiver Wertung in Bezug auf Angela Merkel. Angesichts dessen, dass Angela Merkel in Beiträgen weniger als Hauptthema auftritt, sondern mehr namentliche Nennungen vorweist und sie bei Wertungen tendenziell mehr negativ bewertet wird, kann Hypothese 3 somit bestätigt werden.

6.3.4 Zusammenfassung

Hypothese 1:

Angela Merkel wird auf Titelbildern tendenziell in einem negativen Licht dargestellt und weist häufige Eindrücke zum modernen Frauenbild auf.

Um die aufgestellte Hypothese untersuchen zu können, wurden insgesamt drei Grafiken in Bezug auf das Merkmal ‚Titelbilder‘ untersucht. Dabei kam zutage, dass zumeist Beiträge mit einem Foto versehen waren (Abbildung 17). Anhand dieses Diagrammes habe ich im nächsten Schritt feststellen wollen, in welcher Form Angela Merkel präsentiert wird. Hierbei stellte sich heraus, dass die Kanzlerin zum einen häufiger mit anderen Personen abgelichtet worden ist (Einzeldarstellungen fallen dabei kaum ins Gewicht). Zum anderen stellte sich heraus, dass es einen eklatanten Unterschied zwischen der Gesamtanzahl (193) an Beiträgen und der Abbildungen Angela Merkel auf Titelbildern (insgesamt 45) gibt. Eindrücke in Bezug auf ein modernes Frauenbild lassen sich anhand der geringen Anzahl an Abbildungen hierbei nicht erkennen. Die letzte untersuchte Grafik stellte verschiedenen Stimmungen von Angela Merkel auf Fotos dar. Im Diagramm stachen vor allem die Adjektive ‚konzentriert‘, ‚ruhig‘ und ‚selbstbewusst‘ hervor. Bezogen auf die Stimmungslagen lassen sich Eindrücke eines modernen Frauenbildes erkennen.

Hypothese 1 bezog sich darauf, dass die Kanzlerin in einem negativen Licht dargestellt wird. Diese Behauptung kann nicht bestätigt werden. Außerdem weisen die Titelbilder häufige Eindrücke eines modernen Frauenbildes in den Medien auf. Diese Aussage ist nur zum Teil richtig. Betrachtet man einzeln die Darstellung, so kommt es eher zu Eindrücken eines früheren Frauenbildes. Genau das Gegenteil vermitteln jedoch die Stimmungslagen. Anhand dieser können Hinweise eines modernen Frauenbildes aufgezeigt werden. Da jedoch der Anteil an Titelbildern mit Angela Merkel nur bei 23,32% liegt und eine Nichtabbildung ihrerseits bei 76,68% wiegt dieser Wert mehr auf und bestätigt somit die Hypothese nicht, dass häufige Eindrücke eines modernen Frauenbildes vorhanden sind. Hypothese 1 kann somit nicht als bestätigt angesehen werden.

Hypothese 2:

In Themen und Darstellungsformen spiegelt sich das Frauenbild „Karrierefrau“ von heute wider.

Um ein repräsentatives Ergebnis aufzeigen zu können habe ich zuerst untersucht, in welchen Rubriken und Darstellungsformen Beiträge in Hinsicht auf Angela Merkel auf

den Online Seiten erscheinen. Dabei stellte sich heraus, dass im Politikbereich die meisten Artikel wiederzufinden sind. Somit erfolgte eine für ihre Position ordnungsgemäße Kategorisierung der Beiträge und zeigt auf, dass die Medien in dieser Hinsicht keinerlei Anzeichen aufweisen, dass Frau Merkel wegen ihres Geschlechtes eine andere Behandlung in Sachen Berichterstattung erfuhr. Bei der Auswertung der Themen, lässt sich schnell erkennen, dass vor allem in der Inlandspolitik (Atomausstieg und Energiepolitik eingeschlossen) eine hohe Beitragsrate existiert. Auch die weniger genannten Themen waren der Politik zuzuordnen und lassen ebenfalls erkennen, dass Angela Merkel ihres Amtes entsprechend eine höhere Rate in Politik oder Wirtschaft aufweist, denn dem Unterhaltungsbereich. Auch hier sind Hinweise für ein modernes Frauenbild erkennbar. Hypothese 2 ist damit bestätigt.

Hypothese 3:

Tendenziell gering liegt der Stellenwert Angela Merkels als Hauptperson in Beiträgen und wird in der Berichterstattung dabei häufiger negativ bewertet.

Bei der Untersuchung des Stellenwertes konnte offengelegt werden, dass Angela Merkel mit 57,51% in über der Hälfte der Beiträge nur namentlich erwähnt ist. Eine inhaltlich wichtige Rolle spielte sie somit in genau 111 Artikeln nicht. Infolgedessen kann eindeutig bestätigt werden, dass Frau Merkel vergleichsweise gering Hauptthema in den analysierten Beiträgen ist. Die Auswertung aller Beiträge in Bezug auf Wertungen in Texten hat ergeben, dass es eine eindeutige Mehrheit an neutralen Artikeln gibt. Der geringe Anteil an wertenden Aussagen zeigt jedoch auf, dass die negativen Wertungen die positiven um mehr als das Doppelte übersteigen. Hypothese 3 kann damit eindeutig als bestätigt angesehen werden.

7 Fazit

Die durchgeführten Analysen haben sehr aufschlussreiche und ausdrucksvolle Erkenntnisse im Bezug auf Kate Middleton, Angela Merkel und der Frauenrolle in den Medien ergeben. Mit meiner Bachelorarbeit hatte ich das Ziel herauszustellen, wie das Frauenbild in den Medien am Beispiel von Angela Merkel und Kate Middleton präsentiert wird. Explizit bezogen habe ich mich dabei auf die Berichterstattung der Online Seiten bild-, bunte- und spiegel.de im Zeitraum April 2011.

In der Themenfrequenzanalyse wurden die Daten in Bezug auf Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen, Verlauf der Erwähnungen und Umfang der Beiträge untersucht. Dabei stellte sich heraus, dass die Häufigkeitsverteilung der Erwähnungen insgesamt keinen großen Unterschied zwischen beiden Frauen aufwies. Kate Middleton wurde im April in 223 Beiträgen mindestens namentlich erwähnt und Angela Merkel im ist im selben Zeitraum auf einen Wert von 193 gekommen. Splittet man diese Werte jedoch auf die einzelnen untersuchten Online Seiten auf so wird sichtbar, dass vor allem Kate Middleton auf bild- und bunte.de eine höhere Erwähnung in der Berichterstattung findet als Angela Merkel. Nur beim Nachrichtenmagazin Spiegel lag die Kanzlerin vorn. Bei der Untersuchung des Verlaufes der Erwähnungen stellte sich deutlich heraus, dass die Aufmerksamkeitskurve in Hinsicht auf Kate Middleton von Woche zu Woche auf allen drei Online Seiten stieg. Ein anderes Bild zeichnete sich dagegen bei Angela Merkel ab. Trotz häufiger Erwähnung auf spiegel.de ist beim Verlauf sichtbar, dass dieser zum Ende des Monats hin einen Einbruch erleidet. Ein ähnliches Bild zeigte sich ebenfalls bei bild.de, wobei der Abfall hier etwas geringer ausfällt. Beim Onlineauftritt der Bunte waren die Erwähnungen mit drei publizierten Beiträgen innerhalb von 30 Tagen so gering, dass sich kein Verlauf darstellen ließ. Bei der Analyse des Umfanges der Beiträge stellte sich heraus, dass sowohl Artikel über Kate Middleton wie auch über Angela Merkel zumeist im Rahmen 0-5000 Wörter und Zeichen auf bild- und bunte.de verfasst worden sind. Beim Spiegel kamen auch größere Umfänge im Rahmen von 5001-10000 Wörter und Zeichen zu Tage.

Die Themenfrequenzanalyse hat zusammenfassend ergeben, dass bei formalen Merkmalen keinerlei Hinweise darauf bestehen, dass Kate Middleton und Angela Merkel in verschiedenen Frauenrollen in den Medien widerspiegelt werden. Es stellte sich ‚nur‘ heraus, dass Kate Middleton den Monat über eine höhere mediale Aufmerksamkeit erfuhr.

Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse weisen hingegen deutlich zwei völlig unterschiedliche Frauenbilder auf. Kate Middleton ist als Person des öffentlichen Lebens oft auf Titelbildern abgelichtet. Jedoch stellte sich heraus, dass sie weniger als Einzel- sondern mehr mit anderen Personen zumeist männlichen auf den Online Seiten abgebildet worden ist. Ein deutliches Zeichen setzte dabei bild.de. 64-mal wurde Kate Middleton als Titelbild verwendet. Allerdings waren in 50 Fällen andere Personen ebenfalls mit darauf. Auch bei bunte- und spiegel.de überwog der Anteil an Darstellungen mit anderen Personen. Ein eindeutiger Hinweis, darauf, dass Kate Middleton in den Medien bezogen auf die Titelbilder nicht als emanzipierte Frau, sondern in der Rolle aus früheren Zeiten dargestellt wird.

Der Grund für diese Sichtweise ist darin zu suchen, dass das sogenannte Frauenbild von früher häufig in Verbindung mit Heiraten, Kinderkriegen und einer Unterordnung in der Gesellschaft in Verbindung steht. Einer dieser Punkte, nämlich die 'Unterordnung' stellt Kate Middleton erzeugt durch die Bilddarstellung für die Leserschaft auf den meisten Titelbildern dar. Sie ordnet sich ‚unter‘ und repräsentiert eine Frauenrolle, die vor vielen Jahren ausgelebt wurde. Weitere Hinweise bestehen darin, dass sie glücklich auf Fotos mit Kindern oder beim einkaufen von Kleidung dargestellt wird. Alles Merkmale die auf das Frauenbild zurückzuführen sind.

Bei der Untersuchung der Themen in Bezug auf Kate Middleton, stellte sich heraus, dass alle aufgelisteten Themen immer in Verbindung mit dem Schwerpunkt 'Hochzeit' standen. Somit gab es keinerlei Beiträge die nichts mit der Hochzeit zu tun hatten. Diese beweist klar, dass die Onlinemedien Kate Middleton immer nur als künftige Braut sahen und nicht die Person dahinter. Dieses Ergebnis zeigt die geringe Bedeutung Kate Middletons als Person ohne den sogenannten Unterhaltungswert (in diesem Fall Hochzeit) auf.

Der Stellenwert Kate Middletons in den Beiträgen mit 51,12% als Hauptthema ist auf den ersten Blick positiv zu sehen. Jedoch wie bereits erwähnt, durch die einseitige Berichterstattung aller drei Onlinemedien in Bezug auf andere Themen wird sie immer nur in Verbindung mit der Hochzeit erwähnt. Somit wird ein Bild in den Medien erzeugt, dass es für diese junge Frau im Leben kein anderes Thema außer ihrer Hochzeit gäbe.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass Kate Middleton das Frauenbild früherer Zeiten anhand der Bild -und Beitragsdarstellung in den Medien präsentiert.

Angela Merkel steht als Bundeskanzlerin oft in den Medien und wird dabei auch auf Titelbildern dargestellt. Bei der Untersuchung zur Darstellung auf Fotos stellte sich heraus, dass sie öfter mit anderen Personen auf den Onlineseiten abgelichtet worden ist.

Gleichzeitig ließ sich anhand der Grafik aufzeigen, dass es nur eine geringe Anzahl an Abbildungen ihrer Person gab. Auf der Online Seite der Bild wurden insgesamt im April 71 Artikel in Bezug auf die Bundeskanzlerin publiziert. Jedoch erschien sie nur in 19 Beiträgen als Titelbild. Ähnlich sieht es bei spiegel.de mit 24 Titelbildern aus. Auf der Online Seite der Bunte sind zwei der drei Artikel mit einem Bild Angela Merkels versehen. Anhand dieser Daten zeigt sich, dass die Medien Angela Merkel zwar in 193 Beiträgen im April mindestens erwähnen, jedoch nur ein Bruchteil dessen mit einem Titelbild von ihr versehen ist. Die meisten Beiträge sind mit einem männlichen Vertreter aus Politik und Wirtschaft dargestellt. Infolgedessen erscheint dabei eine Tendenz im Zusammenhang des modernen Frauenbildes und dessen nicht Berücksichtigung in den Medien.

Die analysierten Themenbereiche haben aufgezeigt, dass zu einem großen Anteil eine ordnungsgemäße Berichterstattung in Hinsicht auf Angela Merkel und repräsentativer Themen erfolgt ist (ausgenommen ist in diesem Fall bunte.de). Insgesamt ist also feststellbar, dass die Medien Angela Merkel trotz ihres Geschlechtes, ihrer Position gegenüber den nötigen Respekt erweisen und diese in ihren Kernbereich Politik am häufigsten repräsentieren. Jedoch wird diese Aussage durch den Stellenwert stark abgemindert. Die ausgewerteten Daten haben ergeben, dass Angela Merkel mit einem hohen Anteil von insgesamt 57,51% in Beiträgen nur namentlich genannt worden ist. Anhand dieses enorm hohen Wertes bestätigt sich die Vermutung, welche sich bereits bei der Untersuchung der Titelbildern herauskristallisiert hat, dass Angela Merkel in über der Hälfte in Beiträgen nur genannt und somit 'unterrepräsentiert' wird.

Infolgedessen ergibt sich, dass Angela Merkel allein durch ihre erreichte Position als Kanzlerin eine Frau der modernen Zeit darstellt. Sie hat es geschafft sich in einer sogenannten ‚Männerdomäne‘ zu behaupten. Jedoch wird dieses Frauenbild in den Medien nur in einem sehr geringen Maße dargestellt. Infolgedessen ist daraus zu schließen, dass die Medien keine Förderer der Emanzipation sind, sondern eher den Eindruck vermitteln diesen Fortschritt 'unterbinden' zu wollen.

Anhand der durchgeführten Analysen hat sich letztendlich herausgestellt, dass tendenziell die Frauenrolle von früher mehr mediale Aufmerksamkeit im April in den Medien erfahren hat, als das Bild der modernen ‚Karrierefrau‘ von heute.

Literaturverzeichnis

Literatur

Berg, Klaus Horst; Gottfried Adam/Rainer Lachmann (Hrsg.): Methodisches Kompendium für den Religionsunterricht 1. Basisband. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2010

Bonfadelli, Heinz: Medieninhaltsforschung: Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2002

Dorer, Johanna; Marschik, Matthias: Wie die Medien Frauen konstruieren. Gesellschaftlicher Wandel und seine Darstellung in den Medien. In: Medienimpulse (Hrsg.), Heft 29, 1999

Früh, Werner: Inhaltsanalyse. 6. Überarbeit. Auflage. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2007

Knapp, Gudrun-Axeli: Unterschiede machen: Zur Sozialpsychologie der Hierarchisierung im Geschlechterverhältnis. In: Becker-Schmidt, Regina; Knapp, Gudrun-Axeli (Hrsg.): Das Geschlechterverhältnis als Gegenstand der Sozialwissenschaften. Frankfurt a. M. und New York: Campus Verlag, 1995

Kocks, Klaus: Glanz und Elend der PR. Zur praktischen Philosophie der Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2001

Kroneck, Ulrike; Ulrike von Essen (Hrsg.): Frauenrollen. zur Situation der Frau heute. Heidelberg: mvvVerlag, 2007

Mühlen-Achs, Gitta: Zeichen, Rituale, Strategien. Die Konstruktion von Geschlecht durch Körpersprache. In: Cicero, Antonia; Horn, Ulrike; Klima, Caroline; Kuderna Julia (Hrsg.): Art of Speech. Frauen. Sprache. Macht. Wien: Passagen Verlag, 1997

Mühlen-Achs, Gitta/Schorb, Bernd (Hrsg.): Geschlecht und Medien. Reihe Medienpädagogik, Band. 7. München: Köpcke Verlag, 2003

Prenner, Andrea: Die Nachricht ist „männlich“. Zur Konstruktion von Männerrealität in den Nachrichtenmedien. In: Angerer, Marie Luise; Dorer, Johanna (Hrsg.): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Wien: Braumüller Verlag, 1994

Schmerl, Christine: Die schönen Leichen aus Chromdioxid und aus Papier: Frauenbilder in der Werbung. In: Angerer, Marie Luise/Dorer, Johanna (Hg.): Gender

und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Wien: Braumüller Verlag, 1994

Rosenberger, Sieglinde: Geschlechter – Gleichheiten – Differenzen. Eine Denk- und Politikbeziehung. Wien: Verlag für Gesellschaftskritik, 1996.

Internet

<http://www.axelspringer.de/dl/25552/erfolgsgeschichte.pdf> (20.06.11)

http://www.axelspringer-mediapilot.de/dl/190933/BILD_2011_65.pdf (20.06.11)

http://www.axelspringer.de/media/cw_mediafactsheet_de_87060.html (20.06.11)

http://www.axelspringer-mediapilot.de/portrait/BILD-BILD_671014.html (20.06.11)

<http://www.bild.de/sport/fussball/dfb/zu-besuch-bei-angela-merkel-17214904.bild.html>
(02.04.11)

<http://www.bild.de/regional/berlin/berlin-regional/atomkraftgegner-planen-akwdomino-vor-kanzleramt-17415252.bild.html> (13.04.11)

<http://www.bild.de/politik/inland/koenigin-beatrix/kronprinzessin-maxima-verzaubert-bellevue-17402724.bild.html> (13.04.11)

<http://www.bild.de/politik/kolumnen/fussball-wm-frauen/merkel-und-wulff-sind-fans-unserer-fussball-maedels-17413906.bild.html> (14.04.11)

<http://www.bild.de/unterhaltung/royals/catherine-mountbatten-windsor/stress-zuviele-fuer-kate-middleton-17526194.bild.html> (20.04.11)

<http://www.bild.de/unterhaltung/royals/hochzeit/wie-gut-kennen-sie-das-royale-traumpaar-17482202.bild.html> (25.04.11)

<http://www.bundestkanzlerin.de/Webs/BK/De/Angela-Merkel/Biografie/biografie.html>
(18.05.11)

http://www.bundesregierung.de/nn_914560/Content/DE/Archiv16/Rede/2008/09/2008-09-24-merkel-ehrendoktorwuerde-breslau.html (18.05.11)

http://www.bundesregierung.de/nn_1264/Content/DE/Artikel/2011/08/2011-08-25-merkel-maechtigste-frau-forbes.html (26.08.11)

http://www.bunte.de/newsline/angela-merkel-fuer-mehr-ehrenamtliches-engagement_aid_24258.html (13.04.11)

http://bunte.lwp-online.de/leser/bunte_leser.php (22.06.11)

- http://bunte.lwp-online.de/objekt/emotion/bunte_objekt_emotion.php (22.06.11)
- http://bunte.lwp-online.de/objekt/medien/bunte_objekt_medien.php (22.06.11)
- <http://dejure.org/gesetze/GG/56.html> (28.04.11)
- http://www.durchblick-siegen.de/themes/ds/pdf/04_06/seite46.pdf (28. 04.11)
- http://www.gesetze-im-internet.de/gg/art_3.html (01.05.11)
- http://www.hubert-burda-media.de/geschaeftsfelder/magazine/inland/-bunte_aid_8241.html (22.06.11)
- http://www.hubert-burda-media.de/unternehmen/historie/1900-1949/1900-1949-die-anfaenge_aid_7103.html (22.06.11)
- http://www.journalistinnen.de/aktuell/PM_Spitzenfrauen-in-den-Medien.pdf (03.07.11)
- <http://www.mutterschaft.info/rollen.html> (03.07.11)
- <http://www.officialroyalwedding2011.org/blog/2011/March/7/A-biography-of-Catherine-Middleton> (16.05.11)
- <http://www.officialroyalwedding2011.org/blog/2011/April/29/Titles-announced-for-Prince-William-and-Catherine-Middleton> (16.05.11)
- <http://olympie-de-gouges.info/Lebenslauf-Olympe-de-Gouges.htm> (28.04.11)
- <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,754467,00.html> (01.04.11)
- <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-78076143.html> (18.04.11)
- <http://www.spiegel.de/panorama/0,1518,293498,00.html> (16.05.11)
- <http://www.spiegel.de/panorama/0,1518,759728,00.html> (29.04.11)
- <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/00725D93EF0ABA5BC1256FD600330072?OpenDocument> (23.06.11)
- http://www.spiegel-qc.de/deutsch/media/dokumente/partner/kurzportraet/sp_factsheet_2011.pdf (23.06.11)
- <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/440FBE98BAF7E2F8C1256FD5004406DD?OpenDocument> (23.06.11)
- <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/CEF3A44164AED9BBC1256F720034CBAC?OpenDocument> (23.06.11)

<http://www.sueddeutsche.de/medien/wv-quotenbringer-william-und-kate-medien-hype-um-traumhochzeit-1.1076097-3> (22.06.11)

[http://de.wikipedia.org/wiki/Bild_\(Zeitung\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Bild_(Zeitung)) (20.06.11)

<http://www.wiwo.de/unternehmen-maerkte/koepfe-der-wirtschaft/angela-merkel-217/biografie/> (18.05.11)

http://www.youtube.com/watch?v=LQh_wE7xucg (28.04.11)

http://www.youtube.com/watch?v=kLL6c76_fcw (28.04.11)

Anlagen

Anlage 1:	Codebuch Themenfrequenzanalyse	Seite XV
Anlage 2:	Codebuch Inhaltsanalyse	Seite XVI
Anlage 3:	SPSS Dateien auf CD	Seite XXI

Anlage 1: Codebuch ThemenfrequenzanalyseMerkmal 1: Medium

Bild	1
Bunte	2
Spiegel	3

Merkmal 2: Abgrenzung Datum

Der Monat wird insgesamt in drei verschiedene Bereiche aufgeteilt.

1 = 01.04. - 10.04.

2 = 11.04. - 20.04.

3 = 21.04. - 30.04.

Merkmal 3: Erscheinungsdatum

Erscheinungsdatum des Artikels im Format tt.mm.jj. einzugeben.

Merkmal 4: Definition der Person

1 = Angela Merkel

2 = Kate Middleton

Merkmal 5: Umfang des Artikels

Es wird die exakte Zeichenzahl zur Einschätzung des Stellenwerts des Artikels vermerkt.

Merkmal 6: Abgrenzung des Umfanges

1 = 1 – 5000

2 = 5001 – 10000

3 = ab 10001

Anlage 2: Codebuch InhaltsanalyseMerkmal 1: Medium

Bild	1
Bunte	2
Spiegel	3

Merkmal 2: Abgrenzung Datum

Der Monat wird insgesamt in drei verschiedene Bereiche aufgeteilt.

1 = 01.04. - 10.04.

2 = 11.04. - 20.04.

3 = 21.04. - 30.04.

Merkmal 3: Erscheinungsdatum

Erscheinungsdatum des Artikels im Format tt.mm.jj. einzugeben.

Merkmal 4: Definition der Personen

1 = Angela Merkel

2 = Kate Middleton

Merkmal 5: Überschrift des Artikels

Hauptüberschrift des Artikels (fettgedruckte Überschrift ohne Dach- und Unterzeile) im Wortlaut eingeben. Sollte die Hauptüberschrift nicht aus dem Layout des Textes hervorgehen, wird die erste Überschriftzeile eingeben.

Merkmal 6: Ressort/Rubrik

Inhaltliche Platzierung des Artikels auf der Online-Internet-Seite festgehalten.

1 = Politik/Nachrichten

Bild: Aktuell, Politik, Übersicht, Inland, Ausland

Spiegel: Nachrichten, Politik, Deutschland, Ausland

2 = Wirtschaft

Bild: Aktuell, Home, Geld, Übersicht, Wirtschaft, Börse, Sparen, Versicherungen

Spiegel: Nachrichten, Wirtschaft, Börse, Verbraucher & Service, Unternehmen & Märkte, Staat und Soziales

3 = Unterhaltung

Bild: Aktuell, Home, Unterhaltung, Übersicht, Leute, TV, Royals

Bunte: Stars, Society, Royals, Star Control, Fotos, Videos, Lifestyle, Fashion, Beauty

Spiegel: Nachrichten, Panorama, Leute, Gesellschaft

4 = andere Rubrik

Bild: Sport, Lifestyle, Ratgeber, Reise, Auto, Digital, Spiele, Regional, Video, Themen, Schlagzeilen des Tages, Wetter, Gewinnspiele

Bunte: Gesundheit, Reise, Auto, Spiele, Kultur, Cover

Spiegel: Sport, Kultur, Netzwelt, Wissenschaft, einestages, Karriere, Uni, Schule, Reise, Auto, Video, Themen, Forum, English, DER SPIEGEL, SPIEGEL TV, ABO, SHOP

5 = sonstiges

Merkmal 7: Journalistisches Genre

Genre des veröffentlichten Artikels.

1 = Meldung/Nachricht

2 = Bericht

3 = Leitartikel

4 = Kommentar/ Glosse

5 = Interview

6 = Hintergrundbericht/Reportage/ Feature

7 = Portrait

8 = sonstige

9 = unklar

Merkmal 8: Fotos

Werden die veröffentlichten Artikel durch Bilder ergänzt?

0 = kein Foto vorhanden

1 = Foto vorhanden

2 = Abbildung → Grafik, Tabelle vorhanden

3 = Karikatur

4 = mehrere Illustrationstypen (Bsp.: Foto und Grafik)

5 = Video Link vorhanden

Merkmal 9: Darstellung von Kate Middleton und Angela Merkel auf den Fotos

1 = als Einzelperson dargestellt

2 = mit jemand anderem bzw. mehreren Personen abgelichtet

Merkmal 10: Welche Stimmungen spiegeln beide Frauen auf den Bildern wieder?

1 = ängstlich

2 = besorgt

3 = konzentriert

4 = glücklich

5 = irritiert

6 = ruhig

7 = selbstbewusst

8 = traurig

9 = zornig

10 = angespannt

11 = unklar

Merkmal 11: Übereinstimmung der Artikel-Themen mit den Bildern?

1 = Ja

2 = Nein

Merkmal 12: Thema des Artikels

Kate Middleton	Angela Merkel
0 = Gewicht	22 = Angela Merkel + Westerwelle
1 = sonstiges	23 = Operation Merkel
2 = Hochzeitsschmuck	24 = Atom-Ausstieg
3 = Vergangenheit	25 = DFB-Team der Frauen
4 = Hochzeitskleid	26 = Energiepolitik
5 = Hochzeit allgemein	27 = Hannover Messe
6 = Sicherheit	28 = Philipp Rösler
7 = Künstler	29 = Terminkalender
8 = Gäste sowie „Zaungäste“	30 = Gutenberg
9 = Hochzeitsreise	31 = Diesel-Steuersatz
10 = Prinz William	32 = Royals
11 = Kleidung	33 = Nahost-Friedensprozess

12 = Prinz Harry	34 = soziale Projekte
13 = Verwandtschaft	35 = Kleidung
14 = Westminster Abbey	36 = Pkw-Maut
15 = Rolls Royal	37 = „Time“-Liste
16 = Queen	38 = Inlandspolitik
17 = Hochzeitsprogramm	39 = Westerwelle
18 = Prinzessin Diana	40 = sonstige
19 = Hochzeitskuss	
20 = Party	
21 = Pippa Middleton	

Merkmal 13: Stellenwert von Kate Middleton in den Artikeln:

- 1 = Kate Middleton ist das Hauptthema
- 2 = Kate Middleton ist Nebenthema
- 3 = Kate Middleton wird nur genannt
- 4 = unklar

Merkmal 14: Stellenwert von Angela Merkel in den Artikeln:

- 1 = Angela Merkel ist das Hauptthema
- 2 = Angela Merkel ist Nebenthema
- 3 = Angela Merkel wird nur genannt
- 4 = unklar

Merkmal 15: Bewertung von Kate Middleton in den Artikeln

- 0 = keine Bewertung
- 1 = positive Bewertung
- 2 = sowohl positive wie auch negative Bewertung
- 3 = negative Bewertung
- 4 = unklar

Merkmal 16: Bewertung von Angela Merkel in den Artikeln

- 0 = keine Bewertung
- 1 = positive Bewertung

2 = sowohl positive wie auch negative Bewertung

3 = negative Bewertung

4 = unklar

Anlage 3: SPSS-Dateien auf CD

Die SPSS-Dateien befinden sich auf einer CD im Buchrücken.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, den TT. Monat JJJJ

Vorname Nachname